

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(99)	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>YEINNY LÓPEZ ANGARITA</b>
FACULTAD	<b>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>
PLAN DE ESTUDIOS	<b>ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b>
DIRECTOR	<b>MARILCE PACHECO CARRASCAL</b>
TÍTULO DE LA TESIS	<b>CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS HOTELES DE OCAÑA Y SU REGIÓN</b>

### RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EN OCAÑA Y SU REGIÓN, EXISTEN TREINTA Y UN (31) HOTELES. EN LA PLAYA UN (1) HOTEL, UNA (1) POSADA Y UNA (1) FINCA CASA HOTEL, CON 22 HABITACIONES, 42 CAMAS SENCILLAS Y 20 DOBLES; EN ÁBREGO TRES (3) HOTELES CON 74 HABITACIONES, 34 CAMAS SENCILLAS, 61 CAMAS DOBLES Y UNA (1) SEMIDOBLE Y EN OCAÑA VEINTICINCO (25) HOTELES CON 656 HABITACIONES, 514 CAMAS SENCILLAS, 459 DOBLES Y 33 SEMIDOBLES.

### CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 99	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 11	CD-ROM: 1
-------------	---------	-------------------	-----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



**CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS HOTELES DE OCAÑA Y SU REGIÓN**

**YEINNY LÓPEZ ANGARITA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
OCAÑA  
2014**

**CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS HOTELES DE OCAÑA Y SU REGIÓN**

**YEINNY LÓPEZ ANGARITA**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de  
Administradora de Empresas**

**Directora  
MARILCE PACHECO CARRASCAL  
Administradora de Empresas**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
OCAÑA  
2014**

## **AGRADECIMIENTOS**

Las autoras de la presente investigación expresas sus agradecimientos a:

Dios, ya que es el generador de la vida y de todo lo que existe en ella.

Grupo de Investigación en Desarrollo Socio Empresarial GIDSE, por habernos dado la oportunidad de iniciar en los procesos investigativos.

Marilce Pacheco Carrascal, Magíster en Administración, Directora del proyecto, por su orientación, acompañamiento y paciencia durante todo el proceso de la investigación y por hacernos partícipes del macro proyecto Capacidad Turística de Ocaña y su Región.

Los representantes legales de todos los hoteles de Ocaña y su Región que hicieron parte de esta investigación, por su disposición y valiosa colaboración en suministrar la información requerida.

Todas aquellas personas que de manera directa o indirecta, hicieron sus aportes para la elaboración de esta investigación.

## **DEDICATORIA**

### **A Dios.**

Por ayudarnos a escalar otro peldaño más de nuestras vidas.

Con Él todo es posible, pues es quien da vida y sentido a todo lo que hacemos.

### **A nuestros padres.**

Por habernos educado en valores y principios, lo cual ayudó a que se trabajara con mucha dedicación y esfuerzo, lográndose los objetivos planteados.

### **A la Directora Marilce Pacheco Carrascal.**

Por estar siempre allí motivando con su alegría y carisma haciendo más agradable todo el proceso investigativo.

*Yeinny López Angarita*

*Eliana Delgado López*

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
<u>INTRODUCCIÓN</u>	13
1. <u>CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS HOTELES DE OCAÑA Y SU REGIÓN</u>	14
1.1 <u>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	14
1.2 <u>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u>	14
1.3 <u>OBJETIVOS</u>	14
1.3.1 <u>Objetivo general</u>	14
1.3.2 <u>Objetivos específicos</u>	14
1.4 <u>JUSTIFICACIÓN</u>	15
1.5 <u>DELIMITACIONES</u>	16
1.5.1 <u>Conceptual</u>	16
1.5.2 <u>Operativa</u>	16
1.5.3 <u>Temporal</u>	16
1.5.4 <u>Geográfica</u>	16
2. <u>MARCO REFERENCIAL</u>	17
2.1 <u>MARCO HISTÓRICO</u>	17
2.1.1 <u>Historia mundial de la hotelería</u>	17
2.1.2 <u>La hotelería a nivel nacional</u>	18
2.1.3 <u>La hotelería a nivel local</u>	19
2.2 <u>MARCO CONCEPTUAL</u>	20
2.2.1 <u>Investigación de mercados</u>	20
2.2.2 <u>Servicio</u>	20
2.2.3 <u>Precio</u>	21
2.2.4 <u>Hotel</u>	21
2.2.5 <u>Clasificación de los hoteles</u>	21
2.2.6 <u>Infraestructura</u>	22
2.2.7 <u>Estructura organizacional</u>	22
2.2.8 <u>Capacidad operativa</u>	22
2.2.9 <u>Turismo</u>	22
2.2.10 <u>Calidad turística</u>	22
2.3 <u>MARCO LEGAL</u>	23
2.3.1 <u>Ley 300 de 1996. Ley general de turismo</u>	23
2.3.2 <u>Ley 1101 de 2006. Modifica la ley 300 de 1996</u>	24
2.3.3 <u>Ley 1429 de 2010 Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo</u>	25
2.3.4 <u>Decreto 504 de febrero 28 de 1997 Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo</u>	25
2.3.5 <u>Decreto Nacional 1075 de 1997 procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos</u>	25
2.3.6 <u>Decreto 2074 de 2003 que modifica el artículo 33 del Decreto 504 de 1997</u>	25
2.3.7 <u>Norma Técnica Sectorial colombiana NTS-TS 002 de nov. 17 de 2006 Requisitos de sostenibilidad de los establecimientos de alojamiento y hospedaje</u>	26
2.3.8 <u>Norma Técnica Sectorial NTS 006 de 27 de agosto de 2009. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje</u>	27

3. <u>DISEÑO METODOLOGICO</u>	28
3.1 <u>TIPO DE INVESTIGACIÓN</u>	28
3.2 <u>POBLACIÓN</u>	28
3.3 <u>MUESTRA</u>	28
3.4 <u>TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</u>	28
3.5 <u>PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</u>	29
4. <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	30
4.1 <u>HOTELES DE OCAÑA, ÁBREGO, LA PLAYA Y EL CARMEN NORTE DE SANTANDER</u>	30
4.2 <u>CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS HOTELES</u>	33
4.2.1 <u>Capacidad operativa de alojamiento en habitaciones y camas</u>	33
4.2.2 <u>Capacidad operativa por empleados para la prestación de servicios</u>	36
4.3 <u>CONDICIONES Y CARACTERÍSTICAS DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS EN EL SECTOR HOTELERO DE LA REGIÓN</u>	39
4.3.1 <u>Categorización</u>	39
4.3.2 <u>Condiciones de legalidad</u>	39
4.3.3 <u>Características de los empleados</u>	42
4.3.4 <u>Servicios ofrecidos en el hotel</u>	42
4.3.5 <u>Temporada de mayor ocupación</u>	47
4.3.6 <u>Clase de huéspedes que recibe con mayor frecuencia</u>	48
4.3.7 <u>Elaboración de registros</u>	49
4.3.8 <u>Trabajo en convenios</u>	50
4.3.9 <u>Disposición de ampliar capacidad y mejorar servicios</u>	50
4.4 <u>ACCIONES DE MEJORA</u>	51
4.4.1 <u>Acompañamiento y seguimiento de la Cámara de Comercio</u>	51
4.4.2 <u>Intervención de las entidades educativas</u>	52
4.4.3 <u>Intervención de las Alcaldías municipales</u>	52
4.4.4 <u>Proyectos para mejorar la infraestructura turística</u>	52
5. <u>CONCLUSIONES</u>	54
6. <u>RECOMENDACIONES</u>	56
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	57
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	58
<u>ANEXOS</u>	59

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. <a href="#"><u>Hoteles de Ocaña Norte de Santander</u></a>	30
Cuadro 2. <a href="#"><u>Hoteles de Ábrego Norte de Santander</u></a>	32
Cuadro 3. <a href="#"><u>Hoteles de La Playa de Belén Norte de Santander</u></a>	32
Cuadro 4. <a href="#"><u>Capacidad de alojamiento en habitaciones</u></a>	34
Cuadro 5. <a href="#"><u>Capacidad de atención en empleados por cargos</u></a>	37
Cuadro 6. <a href="#"><u>Registros de legalidad</u></a>	40
Cuadro 7. <a href="#"><u>Servicios ofrecidos por los hoteles</u></a>	44
Cuadro 8. <a href="#"><u>Opciones de pago y traductor</u></a>	46

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. <a href="#">Habitaciones por municipio</a>	35
Figura 2. <a href="#">Capacidad en camas por municipio</a>	35
Figura 3. <a href="#">Hoteles por rango de empleados</a>	38
Figura 4. <a href="#">Empleados y cargos</a>	38
Figura 5. <a href="#">Registro Nacional de Turismo</a>	41
Figura 6. <a href="#">Grado de escolaridad de los empleados</a>	42
Figura 7. <a href="#">Hoteles y opciones de pago</a>	47
Figura 8. <a href="#">Temporada de mayor demanda</a>	48
Figura 9. <a href="#">Clase de huéspedes de mayor demanda</a>	49
Figura 10. <a href="#">Registros estadísticos y de procedencia</a>	50
Figura 11. <a href="#">Disposición de ampliar capacidad y mejorar servicios</a>	51

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. <a href="#">Encuesta dirigida a los gerentes y/o representantes legales de los hoteles</a>	60
Anexo B. <a href="#">Cuadro Resumen Hoteles</a>	62
Anexo C. <a href="#">Registro fotográfico</a>	69

## INTRODUCCIÓN

El proyecto Capacidad Operativa de los Hoteles de Ocaña y su Región, hace parte del macro proyecto Capacidad Turística de Ocaña y su Región, del Grupo de Investigación en Desarrollo Socio Empresarial GIDSE, el cual incluye el análisis de diferentes actores que conforman el sector turístico, como es el caso de los hoteles como agente prestador de servicios turísticos; por lo tanto se pretende determinar la capacidad de hospedaje que tiene Ocaña, Abrego, La Playa y El Carmen como municipios integrantes de esta región.

Teniendo en cuenta que los hoteles son los establecimientos encargados de atender la demanda de huéspedes bien sea con fines de ocio, trabajo o turismo en todos sus clasificaciones de una ciudad, departamento y/o región en particular, es de suma importancia conocer su capacidad de atención, teniendo en cuenta que se proyecta el ofrecimiento de Ocaña y su región como destino turístico.

Para cumplir con lo enunciado, se desarrolla la presente investigación y se incluye en ella variables que determinan no solo la capacidad de alojamiento, sino de atención y servicio de los hoteles; es por ello que se indaga sobre el número de empleados, grado de escolaridad, cargos que ocupan, servicios que ofrecen, tipo de huésped, temporada de mayor afluencia, convenios con agencias de viajes y hoteles y disposición de hacer mejoras para garantizar la calidad del servicio, además de su variable principal como es la capacidad de habitaciones y camas.

Con fundamento en el objetivo general, se hace uso de la metodología descriptiva mediante la visita a los diferentes hoteles y la aplicación de un cuestionario a los representantes legales y/o administradores, que incluye las variables anteriormente mencionadas, y permite recolectar la información necesaria para el logro de los objetivos específicos.

Finalmente se realiza un análisis y se conforman los capítulos donde se relaciona el directorio de los hoteles de Ocaña, Abrego y La Playa; la capacidad operativa de los hoteles; las condiciones y características de la prestación de los servicios en el sector hotelero de la región; las conclusiones y la propuesta de acciones de mejora.

## **1. CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS HOTELES DE OCAÑA Y SU REGIÓN**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El turismo establece una conexión directa e indirecta entre personas y empresas mediante la demanda y oferta de los diferentes productos y servicios que son indispensables para efectuar dicha actividad, de igual manera contribuye a la generación de empleo y desarrollo socio económico de una región. Dentro de las empresas que ofrecen dichos servicios, se encuentran los hoteles, que son establecimientos dedicados al alojamiento de personas no residentes, en plan de negocios, placer o turismo; también hacen parte de la oferta de paquetes turísticos en todo el mundo.

Ocaña por ser una región con un amplio potencial turístico en cuanto a lo histórico, cultural, religioso y natural, presenta afluencia de visitantes, los cuales no poseen una fuente directa de información que les proporcione las características específicas de la capacidad operativa de los hoteles, debido a que no se encuentran registrados en una base de datos local y/o nacional que sea visible y pueda ser consultada por cualquier persona que le interese conocer algo de la región.

Esta situación es generada por el poco interés de las autoridades locales y departamentales para promover la región de Ocaña como destino turístico, sumado a la falta de visión empresarial del gremio hotelero, ocasionando de esta manera la baja demanda del servicio por el desconocimiento tanto de residente como de clientes potenciales.

### **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es la capacidad operativa de los hoteles de Ocaña y su región que permita proyectar el ofrecimiento como destino turístico?

### **1.3 OBJETIVOS**

**1.3.1 Objetivo general.** Conocer la capacidad operativa de los hoteles de Ocaña y su región.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Cuantificar el número de hoteles de Ocaña, Ábrego, La Playa y El Carmen.

Identificar la capacidad operativa de cada uno de los hoteles.

Evaluar las condiciones y características de la prestación de los servicios en el sector hotelero de la región.

Proponer acciones de mejora que garanticen un excelente servicio y así promover la región como destino turístico.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

Los hoteles son establecimientos donde se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo con entrada de uso exclusivo. Además dispone como mínimo del servicio de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios<sup>1</sup>.

De acuerdo a la norma técnica sectorial colombiana NTC\_TS 002, considera que el tamaño de los hoteles está dado según el uso de energía y agua y son clasificados de la siguiente manera: pequeños (de 4 a 50 habitaciones), medianos (de 50 a 150 habitaciones) y grandes (de 150 habitaciones en adelante); basándose en criterios como la amplitud de las habitaciones, cuarto de baño, televisión, aire acondicionado, piscina, lavandería, etc.<sup>2</sup>

Tal clasificación no se ha realizado en los diferentes hoteles de la región, por tal motivo se hace necesaria la obtención de un directorio hotelero y un estudio donde se contemple la capacidad operativa, brindando así la oportunidad a los clientes reales y potenciales de obtener una mejor información.

Metodológicamente, para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados, se usaron métodos, técnicas e instrumentos de investigación, que permitieron medir, bajo parámetros confiables, cada una de las variables enunciadas e identificar la estructura empresarial y la capacidad operativa de los hoteles existentes en Ocaña y su región; la población objeto de estudio estuvo conformada por los propietarios o gerentes de cada uno de los establecimientos registrados ante la Cámara de Comercio de Ocaña, cuyo objeto social fuera la de alojamiento y hospedaje, en la modalidad de hoteles.

En la Práctica, con este estudio se logró elaborar una base de datos escrita, con la idea de proyectarla de manera virtual en el proyecto del clúster turístico, de tal forma que las personas interesadas en visitar la Provincia tengan acceso rápido y real desde cualquier parte del mundo. A su vez servirá de fundamento para la realización de otras investigaciones en procura del mejoramiento socioeconómico de la región y de la promoción del turismo, así como alimentar el proyecto macro de la capacidad turística de Ocaña y su región, el cual pretende obtener un directorio de agencias de viajes, hoteles, parqueaderos y sitios turísticos de la región; determinar la capacidad de atención de cada uno de los actores; caracterizarlos; determinar la demanda de servicios turísticos locales y proponer un plan de mejoras para promover el turismo regional y el proyecto de Clúster Turístico, el cual tiene como objetivo general realizar la evaluación que permita determinar el potencial de la región de Ocaña para la creación de un clúster turístico y de manera específica se propone recolectar información de los actores del

---

<sup>1</sup>ICONTEC. (27 de Agosto de 2009). [http://www.fontur.com.co/aymsite/aym\\_document/aym\\_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf](http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf).

Recuperado el 05 de Agosto de 2014, de <http://www.fontur.com.co>

<sup>2</sup>ICONTEC. (24 de Febrero de 2003). [http://tmp.cotelco.org/images/pdfs/002\\_atencion\\_de\\_sugencias\\_y\\_reclamaciones.pdf](http://tmp.cotelco.org/images/pdfs/002_atencion_de_sugencias_y_reclamaciones.pdf). Recuperado el 13 de Marzo de 2014, de <http://tmp.cotelco.org>

turismo en Ocaña y su región, como posibles integrantes del clúster; elaborar el diagnóstico de cada una de las empresas que cumplen las características para conformar el clúster y sistematizar la información, mediante el diseño y montaje de un sistema generador de contenidos, material informativo y un mapa de georeferenciación, utilizando software de información geográfica. Estos dos proyectos se están desarrollando por integrantes del Grupo de Investigación en Desarrollo Socioempresarial GIDSE y el Grupo de Investigación GRUCITE de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Es importante aclarar que el clúster turístico, es la agrupación y concentración de empresas dedicadas a prestar diversos servicios que facilitan la estadía en un lugar diferente al habitual a las personas que realizan actividades turísticas, como son los hoteles, agencias de viajes, restaurantes, sitios turísticos y sitios recreacionales entre otros, para crear un proceso dinámico donde puedan mejorar su desempeño, competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

## **1.5 DELIMITACIONES**

**1.5.1 Conceptual.** Como referente se tienen en cuenta conceptos relacionados con la investigación de mercados, servicios, precios, hotel, clasificación de los hoteles, infraestructura, turismo, estructura organizacional, capacidad operativa y calidad turística.

**1.5.2 Operativa.** Los aspectos que limitaron el normal desarrollo de la investigación de mercados se enmarcaron básicamente en la disposición de los encargados de los hoteles en colaborar con el proceso y la veracidad de la información suministrada, para lo cual se realizaron varias visitas hasta obtener la información requerida.

**1.5.3 Temporal.** La investigación para determinar la capacidad operativa de los hoteles de Ocaña, La Playa, Ábrego y El Carmen Norte de Santander se desarrolló en un período aproximado de dos años, pero su verificación y consolidación se logró en seis (6) semanas. Es necesario precisar además que el estudio se fundamentó en los hoteles que tienen registro actualizado al año 2014 ante la Cámara de Comercio de Ocaña.

**1.5.4 Geográfica.** La investigación de mercados se desarrolló en los hoteles de la ciudad de Ocaña y los municipios de Ábrego, La Playa y El Carmen Norte de Santander.

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1 MARCO HISTÓRICO

**2.1.1 Historia mundial de la hotelería.** Todo empezó en la Roma Antigua, allí existían varias clases de establecimientos. A lo largo de los caminos y dentro de las poblaciones había tabernas y posadas para satisfacer las necesidades de los viajeros y de la población local. En el siglo XIV, en pleno período de descomposición del orden feudal, las tabernas y posadas que ofrecían alojamiento, comida y bebida se habían convertido en una realidad común.

Las posadas, generalmente pequeñas, ofrecían un alojamiento bastante rudimentario que incluía establos para los caballos. Las tabernas sólo servían comida y bebida, generalmente a la población local. No alojaban huéspedes. Además de cerveza, en las cervecerías se ofrecían bebidas refrescantes y apenas se comía. Se introdujeron leyes para controlar los precios de las posadas y tabernas, así como para garantizar la calidad de los servicios. A mitad del siglo XVI las tabernas y posadas crecieron en importancia como consecuencia del desarrollo del comercio en la Inglaterra. Las carreteras y las vías fluviales seguían siendo esenciales para los viajes, por lo que las posadas se establecieron en puntos claves a lo largo de los ríos y en poblaciones cercanas a las carreteras. Las posadas se hicieron más grandes y algunas tenían capacidad para albergar hasta cien viajeros e incluso disponían de habitaciones individuales, aunque lo usual era que se compartieran los cuartos. Las posadas disponían de grandes establos para caballos y carretas, así como de amplios patios que servían como escenario para diversiones nocturnas.

En el siglo XVII las diligencias se convirtieron en un medio de transporte bastante rápido. Las posadas ofrecían hospitalidad y la posibilidad de cambiar caballos para continuar hasta la próxima parada. Se establecieron servicios de diligencia en las rutas principales que unían la capital con ciudades de provincias. Algunos de estos servicios pertenecían a los mismos propietarios de las posadas.

En el siglo XVIII la diligencia pasó a ser el medio más importante para viajar, en un momento en que el crecimiento del comercio aumentaba la necesidad de trasladarse de un lugar a otro. Pero los viajes todavía resultaban demasiado lentos y en los trayectos largos se hacían varias paradas para pernoctar. En el siglo XVIII se vivió el desarrollo de instalaciones de recreo como los baños, en principio con fines terapéuticos, pero que con el tiempo se convirtieron en lugares de reunión social y de vacaciones. Los niveles a los que llegó la hostelería se debieron a las necesidades surgidas de la frecuencia cada vez mayor de viajeros adinerados. El transporte de viajeros no se desarrolló por motivos sociales o de placer, sino más bien por exigencias del comercio y por necesidad. Las instalaciones costeras crecieron en la segunda mitad del siglo XVIII a causa de la creencia popular en las propiedades terapéuticas de los baños de mar. Una parte de los primeros hoteles y albergues se construyeron durante esta época en los puertos y playas.

La aparición de la locomotora y la extensión de las vías férreas en el siglo XIX revolucionaron el transporte y posibilitaron un crecimiento extraordinario de las ciudades costeras. Por primera vez la extensa población trabajadora que vivía en las

ciudades industriales podía acudir con facilidad a lugares de vacaciones y a precios razonables. Los hoteles y pensiones se construyeron a miles. En las ciudades, y sobre todo en las estaciones terminales, se levantaron grandes hoteles, en algunos casos palacios. Muchas veces eran propiedad de las mismas compañías ferroviarias que ofrecían prestigiosos servicios de alojamiento a los viajeros más acomodados. Algunos eran grandes establecimientos de medio millar de camas. Otros empresarios se dedicaron a la construcción de grandes hoteles de lujo en las capitales, como el Savoy, en 1889, y el Ritz, a principios del siglo siguiente. La competencia entre los hoteles provocó la mejora del servicio y el aumento de la comodidad. Los nuevos establecimientos ofrecían comida de lujo preparada por cocineros franceses, a disposición de los residentes y de los clientes ocasionales.

Los hoteles se convirtieron en centros sociales para almuerzos privados y banquetes para grupos. El auge de los automóviles como medio de transporte en el siglo XX provocó un nuevo desarrollo que contribuyó en gran medida a la modernización de las posadas de carretera tradicionales, y amplió el acceso a lugares en los que se iban a construir numerosos hoteles y posadas. En la segunda mitad del siglo XX, el automóvil y el avión llegaron a ser los medios de transporte más importantes. Ello hizo que surgiesen nuevas formas de demanda de servicios de hostelería. Los complejos hoteleros y los hoteles de las ciudades tienden a ser más grandes, en especial cuando están pensados para satisfacer las necesidades de los viajeros procedentes de vuelos internacionales. Este tipo de hoteles suele dirigirse a un determinado mercado de consumidores. En general, se pueden clasificar por el nivel de los servicios ofrecidos y sus precios se ajustan a la capacidad económica de los segmentos de población a los que están orientados. Hay gran diversidad de hoteles para quienes viajan en automóvil; desde mansiones rurales de lujo con restaurantes elegantes, hasta los económicos y modernos moteles que ofrecen alojamiento y servicios sencillos. Las asociaciones y consorcios turísticos proporcionan al consumidor información diversa sobre hoteles y precios, lo que facilita la elección. La competencia entre establecimientos y grupos hoteleros ayuda a mantener el nivel de los precios para los distintos servicios que se ofrecen.

**2.1.2 La hotelería a nivel nacional**<sup>3</sup>. En nuestro territorio, el desarrollo de la Hotelería ha tenido las mismas facetas de otras naciones ya que en su comienzo fue primitiva y rudimentaria por las precarias condiciones de construcción y comodidad de las posadas que se ubicaban a la vera de los caminos para el servicio de los viajeros, comerciantes y arrieros.

Cuando vino el comercio entre las poblaciones, éstas se vieron precisadas a instalar fondas y pensiones para las personas que allí concurrían en busca de intercambio de productos o mejores condiciones socio-económicas.

Desde la época de los aborígenes hasta comienzos del siglo XIX, el río Magdalena era la única vía de enlace entre la costa atlántica y el interior del país, transitando por él, cantidades de viajeros y productos para distribuirlos a lo largo y ancho del territorio

---

<sup>3</sup>Moreno Riveros, M. (1981). [http://www.sogeocol.edu.co/documentos/alg\\_asp\\_hist\\_hote.pdf](http://www.sogeocol.edu.co/documentos/alg_asp_hist_hote.pdf). Recuperado el 08 de Julio de 2014, de <http://www.sogeocol.edu.co>

nacional y así hacer el intercambio de mercaderías entre los departamentos que atravesaba el río como también, traer al interior las mercancías importadas y trasladar a su vez los productos del interior destinados al extranjero.

La afluencia de gentes, obligó a varios puertos fluviales a construir Hospedajes para los visitantes y fue así como en Honda en 1889, se inaugura el Hotel América el que actualmente funciona y que es considerado como el primero en la Hotelería colombiana.

Doce años después y debido al escaso progreso del país se construye en Cali el Menéndez y en 1918 el Lusitania en Ibagué. En la capital de la república el distinguido señor Daniel Pombo, fundó el 17 de abril de 1921 el Hotel Regina, ubicado sobre la calle real (carrera 7ª entre calles 16 y 17) y en la más elegante mansión de Bogotá, con 18 habitaciones, algunas con baño privado las que eran distinguidas exclusivamente para damas. Fue el primer hotel que utilizó uniformes vistosos para los empleados, de corte inglés, y botones dorados, es decir, el más lujoso hasta el momento, iniciando con este una etapa sobresaliente ya que en forma paulatina se inauguraron otros hoteles como son: En Cali El Alférez Real 1927, Medellín El Bristol 1928, Popayán El Lindbergh 1928, Pasto El Niza 1929 (Allí tuvieron preso al Presidente Alfonso López), Barranquilla El Prado 1929 (Se convirtió en el primer Hotel de Turismo del País y utilizó el Plan Americano, con un costo de \$14.00 diarios), Cúcuta El Europa 1930, Barranquilla El Victoria 1930 y en Bogotá el Granada 1930, funcionó donde hoy está en el Banco de la República, (Parque Santander). Este hotel fue apreciado como el mejor y más grande de la ciudad con ciento treinta y seis habitaciones donde se alojaban las personas más importantes que visitaban la ciudad. También era el sitio de reuniones y tertulia de la alta aristocracia bogotana, y en donde se saboreaba el más famoso y exquisito chocolate santafereño.

De aquí en adelante, se inicia a construir esporádicamente hoteles en todas las ciudades de la república, que hacen el florecimiento del turismo nacional.

**2.1.3 [La hotelería a nivel local](#)**<sup>4</sup>. Sobre la hotelería en Ocaña no existen documentos que describan como fue esta etapa en la región, ni archivos donde se verifique la constitución de los hoteles. Según datos del director de la Academia de Historia de Ocaña, Luis Eduardo Páez García, en un principio existían las llamadas posadas que se ubicaban a la vera de los caminos para el servicio de los viajeros, ya que en ese entonces para llegar al lugar de destino se recorrían grandes trayectos a pie o a lomo de mula, los cuales tardaban días o semanas, de allí la necesidad de estas casas de descanso.

La historia de la hotelería a nivel local es la misma que la nacional, toda vez que desde la época de los aborígenes hasta comienzos del siglo XIX, el comercio y las relaciones entre la costa atlántica y el interior del país se hacía por el río Magdalena, que servía de enlace para distribuir los productos a lo largo y ancho del territorio nacional y así hacer el intercambio de mercaderías entre los departamentos que atravesaba el río como también, traer al interior las mercancías importadas y trasladar a su vez los productos del interior destinados al extranjero. Ocaña tenía conexión con este río por el municipio

---

<sup>4</sup>García, L. E. (31 de Julio de 2014). Historia de la hotelería en Ocaña. (Y. L. Angarita, Entrevistador)

de Gamarra Cesar. La afluencia de gentes, obligó a varios puertos fluviales de ese entonces a construir hospedajes para los visitantes y fue así como en Ocaña se constituye este tipo de empresas, que infortunadamente no existen registros con fecha específica de su fundación, pero según documentos suministrados por el director de la Academia de Historia de Ocaña, se evidencia en el periódico político, literario, comercial y noticioso “La Voz de Ocaña” serie 3, edición número 13 del 31 de octubre de 1884, publicidad de un hotel llamado Hotel Francés, lo que indica que fue en Ocaña donde se creó el primer hotel a nivel nacional, y no en Honda como dice la historia de la hotelería en Colombia, que fue creado en el año de 1889.

En 1896, según la Revista Mercantil, órgano del Club Ocaña, se reporta la existencia de dos hoteles a la fecha en esta ciudad, pero no aparecen sus nombres<sup>5</sup>.

Por otra parte en el Libro Azul de Colombia, creado en el año de 1918, donde habla de la importancia de ciertos departamentos en la economía nacional, entre esos el departamento Norte de Santander con el municipio de Ocaña, se evidencia la existencia del hotel Central fundado en el año de 1902 de propiedad de la señora Modesta Q. de Urquijo<sup>6</sup>.

En la actualidad, según registros de la Cámara de Comercio e investigaciones realizadas por el semillero de Investigación SIDEM, en Ocaña existen 27 hoteles, en Ábrego 2, en La Playa 2 y en el Carmen ninguno; hoteles que son el objeto de estudio de esta investigación, además de que se consultarán otros que no está registrados en esta categoría o que no cumplen requisitos legales, pero que alimentarán el trabajo.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

**2.2.1 Investigación de mercados.** Es una actividad propia del proceso de marketing, entendiéndose ésta como la aplicación de una filosofía empresarial que conduce a conocer el mercado para producir lo que se puede vender, contraria a vender lo producido. La investigación de mercados es el eje de la mercadotecnia, puesto que proporciona los medios para conocer el mercado, consulta los aspectos relacionados con la compra de los productos, responde a preguntas como: Qué compra la gente, quiénes son los que compran, cómo compran, dónde compran, cuándo compran, por qué compran, etc. Con base en la información obtenida bajo este y otros tipos de preguntas, se analiza y desarrolla el plan de marketing.<sup>7</sup>

La investigación de mercados es un proceso sistemático para obtener información que sirve a la empresa en la toma de decisiones para señalar planes y objetivos.<sup>8</sup>

**2.3.2 Servicio.** Es un hecho que uno realiza en beneficio de otro. Cuando se da un servicio a un cliente, éste no puede conservarlo, un servicio se experimenta, se utiliza o se consume<sup>9</sup>.

---

<sup>5</sup>Ocaña, C. (1896). La ciudad de Ocaña. *Revista Mercantil*, 3.

<sup>6</sup>Posada Callejas, J. (1918). *Libro Azul de Colombia*. New York: Printed by the J. J. Little & Ives company. pág 563

<sup>7</sup>Orozco, A. (1999). *Investigación de Mercados. Concepto y Práctica*. Bogotá: Norma.

<sup>8</sup>Fischer, L., & Navarro, A. (1999). *Introducción a la investigación de mercados*. México: McGraw- Hill.

El servicio se define como el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas. Aunque tanto los bienes como los servicios tratan de satisfacer las necesidades y deseos del consumidor, existen diferencias significativas como la intangibilidad de los servicios, su naturaleza no perecedera, la no estandarización y la participación<sup>10</sup>.

**2.2.3 Precio.** Cantidad de dinero que es ofrecida a cambio de una mercancía o servicio. Dentro de un sistema de precios estos se determinan por la interacción de la oferta y la demanda. Si la oferta sube los precios aumentan y viceversa; si la demanda aumenta, el precio tiende a bajar y viceversa; la magnitud del cambio en el precio se determina por la elasticidad de la oferta y la demanda respectivamente. El precio no es equivalente al valor de las cosas, ya que científicamente y de acuerdo con la teoría marxista, lo que da el valor a las cosas es el trabajo que cuesta producirlas<sup>11</sup>

**2.2.4. Hotel.** Es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.

Es el establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Además dispone como mínimo del servicio de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios<sup>12</sup>.

**2.2.5 Clasificación de los hoteles.** Además de la clasificación por su tamaño, existe otra clasificación, dependiendo de la calidad y confort de sus servicios; es así como según la norma NTSH 006 de 2009<sup>13</sup>, los hoteles están normalmente, clasificados en categorías según el grado de confort, posicionamiento y el nivel de servicios que ofrecen; para lo cual se evalúan aspectos relacionadas con la planta, el servicio, la accesibilidad y el cumplimiento de las normas. El confort y el nivel de servicio pueden variar de un país a otro para una misma categoría y se basan en criterios objetivos: amplitud de las habitaciones, cuarto de baño, televisión, piscina, etc.

A nivel empresarial, al hotel se le puede considerar una empresa tradicional, se utiliza a menudo el término "industria hotelera" para definir al colectivo, su gestión se basa en el control de costes de producción y en la correcta organización de los recursos (habitaciones) disponibles, así como en una adecuada gestión de las tarifas, muchas

---

<sup>9</sup> McCarthy, E. J., & Perreault, W. (1997). *Marketing*. Madrid: McGraw-Hill

<sup>10</sup> Fischer de la Vega, L. (1986). *Mercadotecnia*. México: Nueva Editorial Interamericana. pág.175

<sup>11</sup> Diccionario de Economía. Salvador Osvaldo Brand. Pág. 617

<sup>12</sup> ICONTEC. (27 de Agosto de 2009). [http://www.fontur.com.co/aymsite/aym\\_document/aym\\_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf](http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf).

Recuperado el 20 de Junio de 2014, de <http://www.fontur.com.co>

<sup>13</sup> Ibid

veces basadas en cambios de temporada (alta, media y baja) y en la negociación para el alojamiento de grupos de gente en oposición al alojamiento individual.

**2.2.6 Infraestructura.** Acervo físico y material que permite el desarrollo de la actividad económica y social; en cuanto a hoteles esta es el espacio físico adecuado en el que se alojan las personas, por lo general estas son instalaciones amplias, con muchos servicios anexos como: restaurante, piscina, gimnasio, parqueadero, bar, etc.

**2.2.7 Estructura organizacional.** La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Desde un punto de vista mas amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización.<sup>14</sup>

**2.2.8 Capacidad operativa.** Se entiende como la capacidad que tiene un hotel para prestar sus servicios y atender y alojar eficientemente a un número determinado de personas.

**2.2.9 Turismo.** Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos<sup>15</sup>

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales<sup>16</sup>.

**2.2.10 Calidad turística<sup>17</sup>.** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo, coordinan la definición de programas de normalización y estándares de calidad para cada uno de los subsectores turísticos así como, brinda asistencia técnica a los prestadores de servicios turísticos para la implementación de planes de excelencia turística y certificación.

Teniendo en cuenta que el objetivo de los procesos de calidad en materia turística consiste en crear una cultura de excelencia en la prestación de los servicios turísticos a los consumidores, el Certificado de Calidad Turística se convierte en una herramienta de promoción y reconocimiento, que redundará en el crecimiento y fortalecimiento de la industria turística.

---

<sup>14</sup> <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/10/conceptos-sobre-estructura.html>

<sup>15</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://es.wikipedia.org>

<sup>16</sup> Organización Mundial del Turismo OMT. (s.f.). <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://media.unwto.org>

<sup>17</sup> Asociación Hotelera y Turística de Colombia. COTELCO. (2014). <http://www.cotelco.org/nuestros-servicios/normatividad/calidad-turistica.html>. Recuperado el 21 de Julio de 2014, de <http://www.cotelco.org>

## **2.3 MARCO LEGAL**

**2.3.1 Ley 300 de 1996. Ley general de turismo**<sup>18</sup>. Los empresarios del sector turístico cuentan en la actualidad con 47 normas técnicas sectoriales de turismo, elaboradas por 6 Unidades Sectoriales de Normalización constituidas para tal fin, estas normas corresponden a procedimientos de certificación para establecimientos hoteleros, agencias de viajes, restaurantes, guías de turismo, empresas de tiempo compartido y de turismo sostenible.

Como parte integral de la política en calidad turística, se resalta la importancia del cumplimiento de la Norma Técnica Sectorial NTSH 006, la cual contiene pautas de la ley 300 de 1996 “Ley general de turismo” donde evidencia dentro de sus artículos las características para incrementar la calidad de la hotelería colombiana y referencia lo siguiente:

En el artículo 62 determina los prestadores de servicios turísticos que se deben registrar y lo reglamenta por el Decreto Nacional 504 de 1997, Modificado por el art. 12, Ley 1101 de 2006, donde estipula que es obligatorio para su funcionamiento, la inscripción en el Registro Nacional De Turismo de los siguientes prestadores de servicios turísticos:

- a) Agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y operadores de turismo;
- b) Establecimientos de alojamiento y hospedaje;
- c) Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones;
- d) Arrendadores de vehículos;
- e) Oficinas de representaciones turísticas;
- f) Usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas;
- g) Empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad;
- h) Establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares calificados por el gremio respectivo como establecimientos de interés turístico;
- i) Los guías de turismo;
- j) Las empresas captadoras de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados;
- k) Los establecimientos que presten servicios de turismo de interés social;
- l) Las empresas que prestan servicios especializados de turismo contemplado en el título IV de esta ley, y
- m) Los demás que el Gobierno Nacional determine.

En su artículo 71 establece que los prestadores de servicios turísticos podrán ser objeto de sanción cuando incurran en cualquiera de las siguientes conductas:

- a) Presentar documentación falsa o adulterada al Ministerio de Desarrollo Económico o a las entidades oficiales que la soliciten;
- b) Utilizar publicidad engañosa o que induzca a error al público sobre precios, calidad o cobertura del servicio turístico ofrecido;

---

<sup>18</sup>Congreso de la República de Colombia. (26 de Julio de 1996). <http://www.anato.org/images/stories/Ley300de1996-Actualizada2006.pdf>. Recuperado el 20 de Junio de 2014, de <http://www.anato.org>

- c) Ofrecer información engañosa o dar lugar a error en el público respecto a la modalidad del contrato, la naturaleza jurídica de los derechos surgidos del mismo y sus condiciones o sobre las características de los servicios turísticos ofrecidos y los derechos y obligaciones de los turistas;
- d) Incumplir los servicios ofrecidos a los turistas;
- e) Incumplir las obligaciones frente a las autoridades de turismo;
- f) Infringir las normas que regulan la actividad turística, y
- g) Operar sin el previo Registro Nacional de Turismo.

En el artículo 72, determina las Sanciones de carácter administrativo a los prestadores de servicios turísticos cuando incurran en las infracciones tipificadas en el artículo 71 de la presente ley, con base en la reglamentación que para tal efecto expedirá el Gobierno Nacional. Las sanciones aplicables serán las siguientes:

1. Amonestación escrita.
2. Multas hasta por un valor equivalente a 20 salarios mínimos legales mensuales, que se destinarán al fondo de promoción turística. Cuando la infracción consista en la prestación de servicios turísticos sin estar inscritos en el registro nacional de turismo la multa será de 100 salarios mínimos legales mensuales.
3. Suspensión hasta por treinta días calendario de la inscripción en el registro nacional de turismo.
4. Cancelación de la inscripción en el registro nacional de turismo que implicará la prohibición de ejercer la actividad turística durante 5 años a partir de la sanción.
5. Además de la responsabilidad civil a que haya lugar por constituir objeto ilícito la prestación de servicios turísticos sin inscripción en el registro nacional de turismo, los prestadores de servicios turísticos no podrán obtener el registro hasta dentro de los 5 años siguientes.

**2.3.2 Ley 1101 de 2006. Modifica la ley 300 de 1996**<sup>19</sup>. En su artículo 12 establece que son prestadores de servicios turísticos los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas; las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras; las oficinas de representaciones turísticas; los guías de turismo; los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones; los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional; los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas; las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad; los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes; las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados; los concesionarios de servicios turísticos en parque; los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine; las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

---

<sup>19</sup>Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (22 de Noviembre de 2006). <http://www.mincit.gov.co/documentos.php?id=173>. Recuperado el 02 de Julio de 2014, de <http://www.mincit.gov.co>

**2.3.3 Ley 1429 de 2010 Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo**<sup>20</sup>. En el artículo 47, modifica el artículo 72 de la ley 300 de 1996 y establece que el Ministerio de Comercio Industria y Turismo impondrá sanciones, cumpliendo el trámite respectivo que iniciará de oficio o previa la presentación del reclamo, a los prestadores de servicios turísticos cuando incurran en las infracciones tipificadas en el artículo 71 de la presente Ley, con base en la reglamentación que para tal efecto expida el Gobierno Nacional. Las sanciones aplicables serán las siguientes:

1. Amonestación escrita.
2. Multas que se destinarán al Fondo de Promoción Turística, hasta por un valor equivalente a 20 salarios mínimos legales mensuales.
3. Cuando la infracción consista en la prestación de servicios turísticos sin estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo la multa será de 5 hasta 50 salarios mínimos legales mensuales vigentes, gradualidad que establecerá mediante resolución el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Dicha multa irá acompañada de la solicitud de cierre del establecimiento dirigida al respectivo Alcalde Distrital o Municipal, quien también podrá proceder de oficio o a solicitud de cualquier persona. Solo se podrá restablecer la prestación del servicio, una vez se haya cerrado el establecimiento, pagado la multa y obtenido el respectivo Registro.  
El cierre no procederá tratándose de viviendas destinadas a la prestación ocasional de alojamiento turístico, caso en el cual se aplicarán multas sucesivas si se sigue prestando el servicio, hasta tanto se obtenga el respectivo Registro.
4. Suspensión hasta por treinta días calendario de la inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
5. Cancelación de la inscripción en el Registro Nacional de Turismo que implicará la prohibición de ejercer la actividad turística durante 5 años a partir de la sanción.

**2.3.4 Decreto 504 de febrero 28 de 1997 Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo.** El registro Nacional de Turismo de que trata el artículo 61 de la Ley 300 de 1996, tiene por objeto llevar la inscripción de los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia, establecer mecanismos de identificación y regulación de los prestadores de servicios turísticos y establecer un sistema de información sobre el sector turístico.

**2.3.5 Decreto Nacional 1075 de 1997 procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos**<sup>21</sup>. La prestación de servicios turísticos sin la inscripción en el registro nacional de turismo, conllevará a la clausura del establecimiento por parte del alcalde distrital o municipal quien procederá de oficio o a solicitud de cualquier persona.

**2.3.6 Decreto 2074 de 2003 que modifica el artículo 33 del Decreto 504 de 1997.** Donde contempla la actualización anual del Registro Nacional de Turismo para todos

---

<sup>20</sup>Congreso de la República de Colombia. (29 de Diciembre de 2010). <http://www.anato.org/images/stories/comunicados2012/decreto1429.pdf>. Recuperado el 04 de Julio de 2014, de <http://www.anato.org>

<sup>21</sup>Presidencia de la República de Colombia. (14 de Abril de 1997). <http://www.anato.org/images/stories/comunicados2012/decreto1075.pdf>. Recuperado el 21 de Julio de 2014, de <http://www.anato.org>

los prestadores de servicios turísticos el cual tendrá una vigencia anual y deberá actualizarse dentro del período comprendido entre el 1° de enero y el 30 de abril de cada año, sin importar cuál hubiere sido la fecha de la inscripción inicial por parte del prestador de servicios turísticos. La solicitud de actualización deberá quedar radicada en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a más tardar el 30 de abril de cada año. En sus parágrafos estipula que cuando el prestador de servicios turísticos no realice la actualización del Registro dentro del período establecido en este artículo, este se suspenderá automáticamente hasta tanto cumpla con esta obligación, lo anterior sin perjuicio de las sanciones administrativas a que hubiere lugar. Durante el tiempo de suspensión del Registro, el prestador de servicios turísticos no podrá ejercer la actividad, además las mutaciones que impliquen cambio de propietario o venta del establecimiento de comercio, generan la obligación de la actualización inmediata, cumpliendo con los requisitos que ellas conlleven.

Los establecimientos hoteleros y de hospedaje, las agencias de viajes y los restaurantes turísticos deberán informar sobre el cumplimiento del pago de la contribución parafiscal correspondiente al período anterior al de la actualización.

Los prestadores de servicios turísticos cuyo registro haya sido suspendido automáticamente, deberán cumplir los requisitos exigidos para cada uno de los períodos no actualizados.

### **2.3.7 Norma Técnica Sectorial colombiana NTS-TS 002 de noviembre 17 de 2006 Requisitos de sostenibilidad de los establecimientos de alojamiento y hospedaje<sup>22</sup>.**

Esta norma busca atender la demanda turística cada vez más exigente y mejor informada y atender las necesidades de mejoramiento de calidad de la oferta turística bajo un enfoque de turismo sostenible, por lo tanto promueve instrumentos que fomenten el uso de prácticas que permitan lograr el equilibrio entre el uso eficaz de las potencialidades estéticas, recreativas, científicas, culturales y naturales y garantizar que se puedan proporcionar iguales o superiores beneficios a las generaciones futuras.

Específicamente esta norma está dirigida a los establecimientos de alojamiento y hospedaje, que una vez cumplan los requisitos de ley, puedan obtener el Certificado de Calidad Turística, creando una cultura de excelencia en la prestación de los servicios turísticos a los consumidores.

La marca del Certificado de Calidad Turística busca crear una herramienta informativa y comercial para diferenciar servicios turísticos que comparativamente presenten un mejor desempeño; incentivar el crecimiento del mercado nacional en este tipo de servicios; promover un cambio hacia el consumo de servicios turísticos de óptima calidad; facilitar el acceso al mercado y mejorar la imagen de los servicios turísticos; incentivar el crecimiento en la prestación de servicios turísticos de calidad y promover el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías de calidad aplicables al sector turístico.

---

<sup>22</sup>Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación- ICONTEC. (17 de Noviembre de 2006). [http://www.fontur.com.co/aymsite/aym\\_document/aym\\_normatividad/2006/](http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2006/). Recuperado el 12 de Julio de 2014, de <http://www.fontur.com.co>

**2.3.8 Norma Técnica Sectorial NTSH 006 de 27 de agosto de 2009. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje**<sup>23</sup>. Esta norma técnica sectorial establece las características de calidad en infraestructura y servicios ofrecidos, que deben cumplir los hoteles para obtener su certificado de calidad turística, así mismo, define la clasificación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, mediante la categorización por estrellas para los hoteles en las modalidades 1, 2, 3, 4 y 5.

La norma se aplica a todos los establecimientos de alojamiento y hospedaje. En cuanto a la categorización es aplicable únicamente a los hoteles

Los establecimientos de alojamiento y hospedaje se clasifican según la modalidad en la prestación del servicio, de la siguiente forma:

Albergue- refugio- hostel, aparta hotel, apartamentos turísticos, alojamiento rural-lodge, hotel, posadas turísticas y recinto de campamento o camping.

La categorización de los hoteles se realiza teniendo en cuenta los requisitos de planta, de accesibilidad, de servicio y de normatividad legal.

---

<sup>23</sup>Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación- ICONTEC. (27 de Agosto de 2009). [http://www.fontur.com.co/aymsite/aym\\_document/aym\\_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf](http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf). Recuperado el 12 de Julio de 2014, de <http://www.fontur.com.co>

### **3. DISEÑO METODOLOGICO**

#### **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El proyecto se realizó teniendo en cuenta la investigación descriptiva ya que pretende describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente; no está interesada en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas), aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones<sup>24</sup>.

Para el caso de la presente investigación, se identificaron las características de la situación real que presentan los hoteles de Ocaña y la región y las condiciones de calidad, capacidad, seguridad y servicios.

#### **3.2 POBLACIÓN**

Teniendo en cuenta que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones<sup>25</sup>, para llevar a cabo esta investigación, la población inicialmente estuvo conformada por treinta (30) hoteles y una (1) posada existentes en la ciudad de Ocaña y su región, según información recolectada por las autoras del trabajo en consultas realizadas y datos suministrados por la Cámara de Comercio de Ocaña distribuidos así: En Ocaña existen veinticinco (25), en Ábrego tres (3) y en La Playa dos (2) y una (1) posada; además se comprobó que en el municipio de El Carmen no se registra ningún hotel; información tomada de los registros actualizados al año 2014.

#### **3.3 MUESTRA**

Teniendo en cuenta que la muestra es el subgrupo de la población objeto de estudio y considerando que ésta es limitada y que se desea conocer la capacidad operativa de cada una de ellos, se hace necesario el estudio de la totalidad, para garantizar el cumplimiento del objetivo central.

#### **3.4 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Para recolectar la información necesaria y pertinente que permitiera determinar la capacidad operativa de los hoteles de Ocaña y su región, se utilizaron tanto las fuentes primarias como las secundarias. A las fuentes primarias se le aplicó una encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario, como se observa en el Anexo A, el cual contiene variables relacionadas con los servicios que ofrecen, las temporadas de mayor ocupación, el tipo de huéspedes que recibe, relación con otros actores del turismo, su

---

<sup>24</sup> Tamayo y Tamayo, Mario. Serie: Aprender a investigar. La investigación Bogotá 1999

<sup>25</sup> Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw- Hill.

capacidad en habitaciones y camas, planta de personal, su disposición para capacitar a sus empleados y para conformar el clúster turístico; además se visitó cada uno de los hoteles para tomar un registro fotográfico de sus instalaciones (Anexo C).

Las fuentes secundarias, corresponde a los documentos que existen en cada uno de los hoteles, relacionados con su constitución, sus reglamentos y todos los soportes sobre los servicios que ofertan; de igual manera se consultaron los documentos que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, COTELCO, Cámara de Comercio de Ocaña y otras entidades poseen sobre el tema investigado.

### **3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento, fueron analizados de manera cuantitativa, a través de la tabulación e identificación de los conceptos emitidos en cada una de las variables formuladas y de manera cualitativa en la medida que se interrelacionaron las variables y se pudo concluir sobre aspectos relevantes tanto del servicio como de la capacidad operativa.

#### **4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

Luego de realizadas las consultas en los documentos suministrados por la Cámara de Comercio de Ocaña, se procedió a aplicar el instrumento previamente diseñado a los representantes legales y/o administradores de los hoteles, lo que permitió obtener la información necesaria para cumplir con cada uno de los objetivos planteados en la propuesta de investigación. En el presente capítulo se relacionan los hallazgos identificados en Ocaña, Ábrego, La Playa y El Carmen Norte de Santander, con respecto a la existencia de Hoteles y el análisis de variables relacionadas con los servicios que ofrecen, las temporadas de mayor ocupación, el tipo de huéspedes que recibe, convenios con otros actores del turismo, su capacidad operativa, planta de personal, su disposición para capacitar a sus empleados y para conformar el clúster turístico.

En el Anexo B se presenta un cuadro resumen con todos los datos encontrados en cada uno de los hoteles que conformaron el presente estudio.

#### **4.1 HOTELES DE OCAÑA, ÁBREGO, LA PLAYA Y EL CARMEN NORTE DE SANTANDER.**

En la ciudad de Ocaña, se observó y verificó la existencia de veinticinco (25) hoteles debidamente registrados ante la Cámara de Comercio en el año 2014; en Ábrego se encontraron tres (3) hoteles, en La Playa Dos (2) hoteles y una (1) posada y en El Carmen, no existe ningún hotel.

En el cuadro 1 se identifican los hoteles de Ocaña con su respectiva dirección, teléfono y el nombre de su representante legal.

**Cuadro 1. Hoteles de Ocaña Norte de Santander**

	<b>HOTEL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>
<b>1</b>	EL ZAGÚAN DE LAS AGUAS	Carrera 11 No. 12-66 El Tamaco	5624786	Luis Humberto Rodríguez
<b>2</b>	REAL	Calle 12 No. 12-39 Centro	5610444	Josefina de Pitta
<b>3</b>	JONATAN	Carrera 14 No. 7-11 Mercado	5692861 3158586893	Antonio María Mora Álvarez
<b>4</b>	DON PEDRO JOSÉ	Calle 8 No 16A-20 Mercado	5693808	Marly Guerrero Lobo
<b>5</b>	LA COLINA	Carrera 18 No. 8-34 Mercado	5691064 3103040392	Irenio Vega Carreño
<b>6</b>	EL LÍBANO	Calle 7 No. 51-116 Santa Clara	3103040392	Irenio Vega Carreño
<b>7</b>	RINCÓN COLONIAL DE OCAÑA	Carrera 10 No. 10-79 Centro	5610355	José Antonio Pitta
<b>8</b>	PLAZA REAL DE OCAÑA	Carrera 13 No. 11-25 Centro	5610220	Liduvina Carrascal
<b>9</b>	PUERTA DEL SOL	Carrera 8 No. 14-02 Mercado	5691116	Antonio Mora

	<b>HOTEL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>
10	VICAMOR	Carrera 12 No. 11-64 Centro	5695518 - 5695581	Magaly Ester Torrado
11	TARIGUA	Carrera 12 No. 8-47 Centro	5625424	Slendy Tatiana López Durán
12	LA CASONA DE OCAÑA	Calle 11 No. 11-36 Centro	5622486	Isolina García Arévalo
13	EL CAMINO	Calle 11 No. 13-59 Centro	5623637	Sergio Quintero Ujueta
14	HACARITAMA	Calle 10 No. 12-57 Centro	5625232	Adolfo León Ibáñez
15	SUEÑOS DE PRIMAVERA	Calle 8 No. 12-19 Mercado	5626655	José Alonso Angarita
16	HOSPEDAJE TORCOROMA	Carrera 15 No. 8-69 Mercado	3126111411	Adolfo Barranco Portillo
17	EL RECUERDO	Carrera 15 No. 8-27	3155863701	Luz Marina Galvis
18	LOMA LINDA	Calle 8 No. 15-14 Mercado	3124349168 3118988767	Salvador Arévalo Ascanio
19	PLAZA MAYOR	Calle 8 No. 14-40 Mercado	3133958292 3118988767	Salvador Arévalo Ascanio
20	OCAÑA IMPERIAL	Calle 9 No. 13-09 Mercado	5692635 3124073472	Luz Neicy Romero
21	EL PRÍNCIPE Sede Campestre	Carrera 10 No. 9-14 La Costa	5695324 - 3138849810	Yulieth Castilla Picón
22	RANCHO ALEGRE	Carrera 10 No. 15-46 Gustavo Alayón	5690132 3123275266	Pedro Alonso Ferizzola
23	ALEMANA	Calle 10 No. 13-13 Centro	5697555 3173390007	Johana Navarro García
24	ABIMELEC	Carrera 15 No 8-35 Mercado	5691105 - 3185928095	Antonio Mora
25	EL PRÍNCIPE	Calle 10 No. 10-49 Centro	5610420 - 5623725	Yulieth Castilla Picón

**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles Ocaña.**

Es importante resaltar el hecho de que se consultó la información sobre el Registro Nacional de Turismo<sup>26</sup> y se encontró que dos (2) de los veinticinco (25) hoteles investigados tienen el registro cancelado; dos (2) no han tramitado el registro, lo que indica que estos cuatro (4) establecimientos están incumpliendo la normativa que para el funcionamiento se estipula en el artículo 61 de la ley 300 de 1996 y el artículo 12 de la ley 1101 de 2006, como prestadores de servicios turísticos; el resto, es decir veintiuno (21) tienen activo el registro y cumplen con los requisitos para ofrecer sus servicios.

<sup>26</sup> CONFECAMARAS. (s.f.). <http://rntocana.confecamaras.co/establecimientos>. Recuperado el 30 de Septiembre de 2014, de <http://rnt.rue.com.co>

En Ábrego se encontraron únicamente tres (3) hoteles y en el cuadro 2 se presenta la relación.

**Cuadro 2. Hoteles de Ábrego Norte de Santander**

	HOTEL	DIRECCIÓN	TELÉFONO	REPRESENTANTE LEGAL
1	CATATUMBO	Carrera 6 No. 13-39 Centro	5642551 3115642188	Teresa de Jesús Ortiz de Navarro
2	SAN MIGUEL PLAZA	Carrera 6 No 13- 66	3144768306 3125301731	Yeimmi Pérez Gómez
3	HOTEL Y RESTAURANTE EL LAGUITO	Kilómetro 31 Vía Ocaña Cúcuta	3212490275 3174351307	Jesús Salvador Villegas Sánchez

**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles Ábrego**

Es importante resaltar el hecho de que ninguno de estos hoteles cuenta con el Registro Nacional de Turismo como lo estipula la normatividad.

En la Playa de Belén se encontró un hotel, una finca casa hotel y una posada, como se muestra en el cuadro 3.

**Cuadro 3. Hoteles de La Playa de Belén Norte de Santander**

	HOTEL	DIRECCIÓN	TELÉFONO	REPRESENTANTE LEGAL
1	ORQUIDEAS PLAZA	Avenida Fundadores No 0 - 71	3138300442	Silvio Abraham Gago
2	FINCA HOTEL CASA REAL	KDX 4 Vereda Rosa Blanca	3182784486	Jorge Orozco Berrio
3	POSADA MARMACRISLI	Calle 2 No 5-65	3133695123	Camilo Humberto Manzano

**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles La Playa de Belén**

Vale la pena resaltar de que de los tres (3) establecimientos que ofrecen el servicio de alojamiento en La Playa de Belén, dos (2) de ellos se encuentran con el Registro Nacional de Turismo activo y solamente uno no lo tiene, pero se verificó que se encuentra en trámite.

En El Carmen se realizó la visita por el municipio y se observó que el único hotel que existía, el municipio lo cerró y allí funcionan actualmente oficinas de la Alcaldía municipal; cuando personas foráneas llegan a visitar este lugar, hay familias que acondicionan su casa para prestar el servicio de hospedaje.

## **4.2 CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS HOTELES.**

Para determinar la capacidad operativa de los hoteles de Ocaña y su región, se toma como base el análisis de las preguntas 10 y 11 de la encuesta que hacen referencia concreta a la capacidad en cuanto al número de habitaciones, camas y empleados con que cuenta cada uno de los hoteles para atender la demanda de visitantes.

**4.2.1 Capacidad operativa de alojamiento en habitaciones y camas.** Con relación a la capacidad de habitaciones y camas, a continuación se realiza el análisis de los datos encontrados en los hoteles investigados en Ocaña, La Playa y Ábrego.

En el cuadro 4 se observa que la capacidad en cuanto a número de habitaciones disponibles en los hoteles de Ocaña, La Playa y Ábrego asciende a 752, dispuestas con 590 camas sencillas, 540 camas dobles y 34 camas semidobles.

Es necesario aclarar que dentro de las camas sencillas se encuentran los camarotes que incluyen dos y tres camas. Dentro de los hoteles que ofrecen este tipo de camas se encuentra en Ocaña los hoteles Rancho Alegre, El Príncipe Centro, Plaza Mayor, Vicamor y El Zaguán de las Aguas; en La Playa la Finca Hotel Casa Real y la Posada Marmacrisli y en Ábrego solamente el Hotel Catatumbo.

De otra parte y según la norma NTS-TS002, donde establece que son hoteles pequeños aquellos que tengan de 4 a 50 habitaciones, medianos de 50 a 150 y grandes de 150 habitaciones en adelante, se puede observar en el cuadro 4 donde se relaciona la capacidad de alojamiento por el número de habitaciones y camas, en la región solamente existen dos hoteles en la categoría de medianos como son el hotel Don Pedro José que ofrece 60 habitaciones y el hotel Tarigua 52 habitaciones; lo que representa el 6% en esta categoría y los demás, es decir el 94% según esta norma están categorizados como pequeños hoteles, como se puede verificar en su orden en el cuadro 4.

Al comparar este comportamiento con el boletín de prensa del DANE de la encuesta nacional de hoteles realizado en noviembre de 2012, donde establece que el 86,1% de los establecimientos medidos presentan una infraestructura de 1 a 50 habitaciones; el 10,0% con capacidad entre 51 a 100 habitaciones y el 1,8%, de 101 a 150 habitaciones, se observa que la capacidad hotelera en Ocaña y su región representa el 94%, para el rango de 1 a 50 habitaciones y el 6% de 51 a 100 habitaciones, lo que indica que está por debajo de la media nacional en 7,9 y 4 puntos respectivamente, fenómeno que debe tenerse en cuenta por parte de los empresarios para mejorar e incrementar su infraestructura hacia niveles que garanticen una óptima cobertura y atención de un flujo considerable de visitantes en habitaciones, cuando se logre ofertar a Ocaña como destino turístico nacional e internacional.

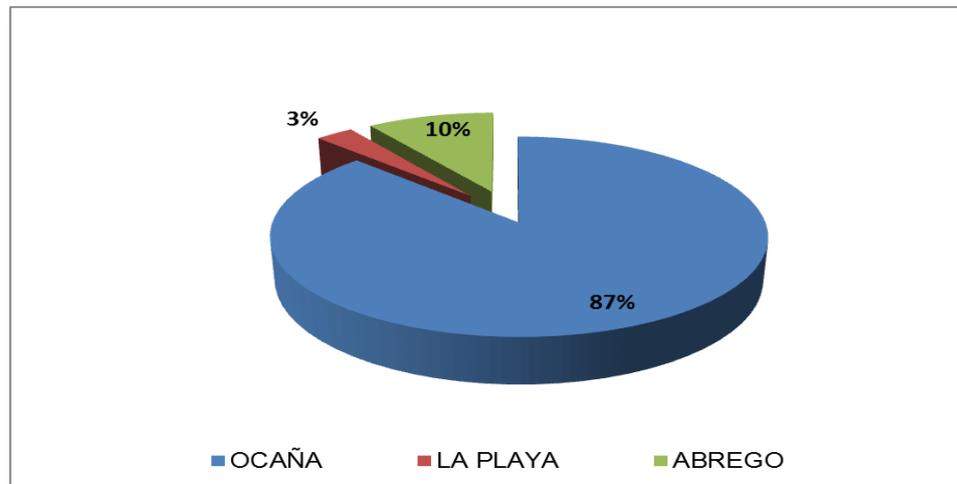
**Cuadro 4. Capacidad de alojamiento en habitaciones**

<b>HOTEL</b>	<b>HABITACIONES</b>	<b>CAMAS SENCILLAS</b>	<b>CAMAS DOBLES</b>	<b>SEMIDOBLES</b>
Don Pedro José	60	22	52	0
Tarigua	52	17	51	0
Hacaritama	48	55	12	24
Príncipe Centro	48	26	41	0
El Laguito	42	12	32	0
El Líbano	40	24	20	0
La Colina	37	18	37	0
Rancho Alegre	35	23	31	4
Puerta del Sol	32	9	29	0
Hotel Real	27	17	13	5
Vicamor	27	58	5	0
Sueños de Primavera	24	16	20	0
Príncipe Campestre	22	21	21	0
Plaza Real de Ocaña	20	23	18	0
Alemana	20	14	13	0
Catatumbo	20	15	18	1
Abimelec	19	21	5	0
Rincón Colonial	18	28	11	0
Loma Linda	18	22	6	0
Torcoroma	16	16	16	0
Casona de Ocaña	15	10	8	0
Ocaña Imperial	15	0	15	0
Jonathan	14	4	11	0
El Recuerdo	14	22	5	0
Zaguán de las Aguas	13	24	4	0
San Miguel Plaza	12	7	11	0
El Camino	11	16	8	0
Plaza Mayor Ocaña	11	8	7	0
Orquídeas Plaza	11	26	9	0
Finca Hotel Casa Real	6	12	7	0
Posada Marmacrisli	5	4	4	0
<b>TOTAL</b>	<b>752</b>	<b>590</b>	<b>540</b>	<b>34</b>

**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

En la figura 1 se presenta la distribución de la disponibilidad de habitaciones por municipio, lo que indica que Ocaña cuenta con el 87% de la capacidad total, Ábrego con el 10% y La Playa solo tiene una capacidad del 3% en habitaciones.

**Figura 1. Habitaciones por municipio**

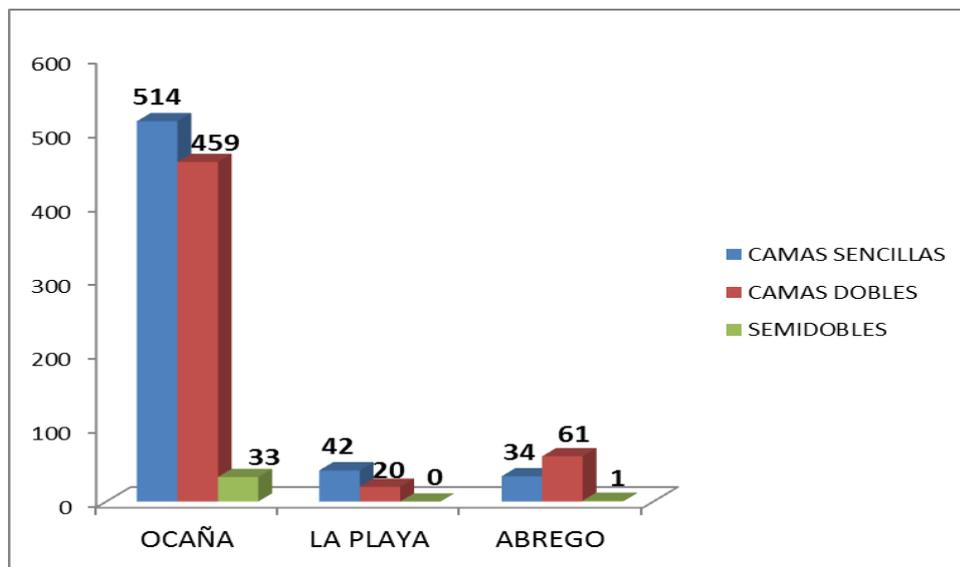


**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

En la figura 2 se relaciona por municipio la capacidad por tipo de camas de las 752 habitaciones disponibles.

En este sentido y si se calcula que en una cama doble se pueden acomodar dos huéspedes, Ocaña dispondría de un cupo total para alojar a 1.465; La playa a 82 y Ábrego a 157 personas, lo que daría una capacidad regional total de 1.704 personas; esto en los hoteles que cuentan con el registro ante la Cámara de Comercio de Ocaña.

**Figura 2. Capacidad en camas por municipio**



**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

**4.2.2 Capacidad operativa por empleados para la prestación de servicios.** Con respecto a la capacidad operativa de los hoteles en cuanto al número de empleados que tienen contratados para ofrecer sus servicios, se incluyó en el instrumento la pregunta con esta variable y se especifica la ocupación de los mismos en cuanto a: Personal administrativo, recepcionistas, ayudantes de cocina, botones, meseros, chef, camareras, vigilantes y otro tipo de empleados y a continuación se presentan los datos encontrados.

En el cuadro 5 se presenta la relación del número de empleados que tiene cada uno de los hoteles investigados, la distribución por género y los empleados que atienden los diferentes cargos relacionados con la atención del servicio hotelero.

Se observa que el sector hotelero de Ocaña y su región para atender la demanda cuenta 152 trabajadores, de los cuales 44 son hombres y 108 son mujeres, lo que indica que este sector ocupa aproximadamente el 71% de mujeres en su planta de personal y sólo el 29% de personal masculino; así mismo se presenta el hecho de que del total de su personal, existen 34 en el área administrativa, que corresponde a los empleados que no tienen contacto directo con los huéspedes, 43 recepcionistas, 14 ayudantes de cocina, 3 botones, 3 meseros, 2 chef, 47 camareras, 4 vigilantes y 2 que ocupan otros cargos (mayordomía y mantenimiento).

**Cuadro 5. Capacidad de atención en empleados por cargos**

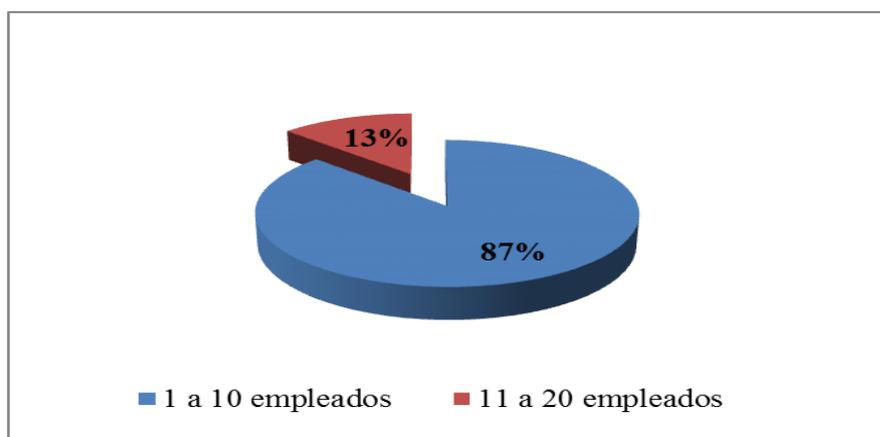
HOTEL	EMPLEADOS	HOMBRE	MUJER	ADMINISTR	RECEPCION	A. COCINA	BOTONES	MESEROS	CHEF	CAMARER	VIGILANT	OTROS
Zaguán de las Aguas	4	3	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0
Hotel Real	7	1	6	3	1	1	0	1	0	1	0	0
Jonathan	2	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Don Pedro José	11	2	9	2	4	2	0	0	0	3	0	0
La Colina	4	0	4	0	1	0	0	0	0	3	0	0
El Líbano	6	2	4	2	1	0	0	0	0	2	1	0
Rincón Colonial	3	0	3	0	2	0	0	0	0	1	0	0
Plaza Real de Ocaña	5	1	4	1	2	1	0	0	0	1	0	0
Puerta del Sol	3	0	3	1	0	0	0	0	0	2	0	0
Vicamor	8	4	4	1	5	0	0	0	0	2	0	0
Tarigua	13	3	10	4	2	1	0	0	1	4	1	0
Casona de Ocaña	5	1	4	3	1	0	0	0	0	1	0	0
El Camino	5	2	3	1	2	1	0	0	0	1	0	0
Hacaritama	13	9	4	4	3	0	3	0	0	3	0	0
Sueños de Primavera	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Torcoroma	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0
El Recuerdo	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Loma Linda	3	0	3	0	2	0	0	0	0	1	0	0
Plaza Mayor Ocaña	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Ocaña Imperial	2	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Príncipe Campestre	4	2	2	0	3	0	0	0	0	1	0	0
Rancho Alegre	4	3	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1
Alemana	6	2	4	1	3	0	0	0	0	2	0	0
Abimelec	3	1	2	1	0	0	0	0	0	2	0	0
Príncipe Centro	7	1	6	1	2	2	0	0	0	2	0	0
Finca Hotel Casa Real	4	1	3	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Orquídeas Plaza	4	1	3	1	1	1	0	0	0	0	1	0
Posada Marmacrisli	2	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0
El Laguito	11	3	8	1	1	3	0	2	0	3	1	0
San Miguel Plaza	3	0	3	1	1	0	0	0	0	1	0	0
Catatumbo	2	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>44</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>43</b>	<b>14</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>47</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.

Así mismo en la figura 3 se muestra que existe un 87%, es decir veintisiete (27) hoteles que atienden la demanda de servicios hoteleros con un grupo de empleados que oscila entre 1 a 10 empleados y un 13%, es decir cuatro (4) hoteles que trabajan con 11 a 20 empleados; dentro de esta clasificación se encuentran tres (3) hoteles de Ocaña y uno (1) de Ábrego, que tienen 13 y 11 empleados respectivamente.

Si este comportamiento es comparado con el boletín de prensa del DANE de la encuesta nacional de hoteles realizado en noviembre de 2012, se tiene que el promedio nacional es de 74,8% en establecimientos que ocupan hasta 10 personas, el 10,5% de hoteles que ocupan entre 11 a 20 personas y el 10,0% entre 21 a 60 personas promedio.

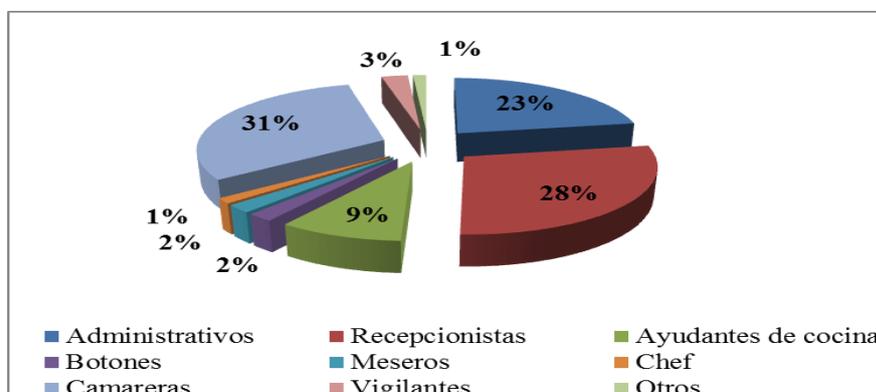
**Figura 3. Hoteles por rango de empleados**



**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

En la figura 4 se presenta la distribución de los empleados del sector hotelero con respecto a los cargos que ocupan y se concluye que el mayor número de personas que se contrata son camareras con el 31%, seguido de recepcionistas con un 28% y administrativos con el 23%, lo que muestra que la mayoría de hoteles sólo ofrecen los servicios de hospedaje, por lo tanto su atención la centran en el personal de arreglo de habitaciones, la recepción y por ende en la parte administrativa.

**Figura 4. Empleados y cargos**



**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

### **4.3 CONDICIONES Y CARACTERÍSTICAS DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS EN EL SECTOR HOTELERO DE LA REGIÓN**

Luego de realizar un recorrido detallado y la observación de cada uno de los establecimientos que prestan los servicios de hospedaje en Ocaña, Abrego y La Playa y aplicado el instrumento de investigación, se pudieron evidenciar los siguientes aspectos:

**4.3.1 Categorización**. Teniendo en cuenta la Norma Técnica Sectorial NTSH 006, la cual establece la clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje, las características de calidad en infraestructura y servicios ofrecidos, que deben cumplir los hoteles para obtener su certificado de calidad turística y la clasificación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, mediante la categorización por estrellas para los hoteles en las modalidades 1, 2, 3, 4 y 5; se hizo la consulta a COTELCO Cúcuta para verificar esta variable y se comprobó que en Ocaña ningún hotel está categorizado.

**4.3.2 Condiciones de legalidad**. En el cuadro 6 se presenta la relación de los respectivos registros y con respecto al registro ante la Cámara de Comercio de Ocaña, como se mencionó en la metodología, todos cumplen este requisito, por cuanto sólo se estudiaron los hoteles que aparecen registrados en la vigencia 2014.

Con respecto a la afiliación a COTELCO, es necesario precisar que es la Asociación Hotelera y Turística de Colombia, fundada el 14 de junio de 1954 por un grupo de empresarios hoteleros en la ciudad de Barranquilla con 19 hoteles del país, hoy en día son 800 empresas aliadas con presencia en 23 departamentos a nivel nacional que busca fortalecer y modernizar el gremio, y convertirlo en el más representativo del sector turístico.

En Ocaña y su región, sólo se encuentran afiliados los hoteles Tarigua y Hacaritama, ubicados en la ciudad de Ocaña; el resto manifiesta que la demanda y volumen de operaciones no justifica la afiliación a esta asociación y lo ven como un gasto innecesario.

**Cuadro 6. Registros de legalidad**

<b>HOTEL</b>	<b>CAMARA COMERCIO</b>	<b>REGISTRO NACIONAL DE TURISMO</b>	<b>COTELCO</b>
Zaguán de las Aguas	SI	ACTIVO	NO
Hotel Real	SI	ACTIVO	NO
Jonathan	SI	ACTIVO	NO
Don Pedro José	SI	ACTIVO	NO
La Colina	SI	ACTIVO	NO
El Líbano	SI	ACTIVO	NO
Rincón Colonial	SI	ACTIVO	NO
Plaza Real de Ocaña	SI	ACTIVO	NO
Puerta del Sol	SI	ACTIVO	NO
Vicamor	SI	ACTIVO	NO
Tarigua	SI	ACTIVO	SI
Casona de Ocaña	SI	ACTIVO	NO
El Camino	SI	ACTIVO	NO
Hacaritama	SI	ACTIVO	SI
Sueños de Primavera	SI	NO	NO
Torcoroma	SI	ACTIVO	NO
El Recuerdo	SI	ACTIVO	NO
Loma Linda	SI	CANCELADO	NO
Plaza Mayor Ocaña	SI	CANCELADO	NO
Ocaña Imperial	SI	ACTIVO	NO
Príncipe Campestre	SI	ACTIVO	NO
Rancho Alegre	SI	NO	NO
Alemana	SI	ACTIVO	NO
Abimelec	SI	ACTIVO	NO
Príncipe Centro	SI	ACTIVO	NO
Finca Hotel Casa Real	SI	ACTIVO	NO
Orquídeas Plaza	SI	ACTIVO	NO
Posada Marmacrisli	SI	EN PROCESO	NO
El Laguito	SI	NO	NO
San Miguel Plaza	SI	NO	NO
Catatumbo	SI	NO	NO

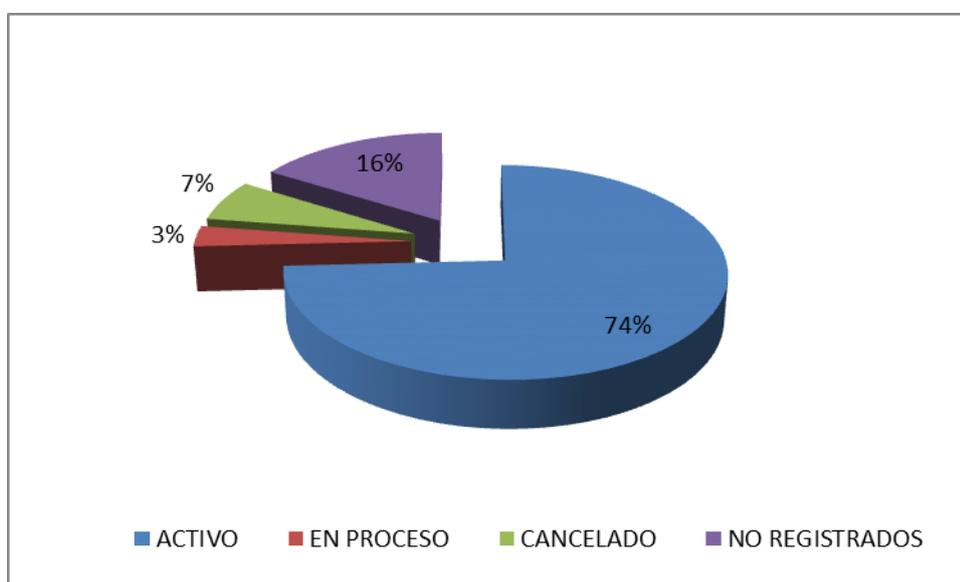
**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

Para los prestadores de servicios turísticos como es el caso de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, actividad desarrollada por los hoteles, es de carácter obligatorio estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT), según el art. 12 de la Ley 1101 de 2006 y actualizarlo cada año como lo establece el artículo 11 del Decreto 2074 de 2003, entre el 1° de enero y el 31 de marzo de cada año, para poder desarrollar sus operaciones en Colombia.

"Entiéndase por prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios Turísticos, el cual se encuentra obligado a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo antes de iniciar sus operaciones. La persona natural o Jurídica que preste servicios Turísticos, sin estar inscrito en el Registro Nacional será objeto de sanción, además de la clausura del establecimiento por parte del Alcalde Distrital o Municipal quien procede de oficio o a solicitud de cualquier persona."

Con la investigación realizada y la posterior verificación en el Registro Único Empresarial y Social Cámara de Comercio<sup>27</sup> En la figura 5 se muestra la situación actual de los hoteles en la región de Ocaña en cuanto al RNT y se puede afirmar que sólo el 74%, es decir 23 de los 31 hoteles encuestados cumplen con este requisito y actúan dentro de la legalidad para realizar sus operaciones en Colombia como se enunció en los párrafos anteriores; el 26% restante incumplen la norma por diversos motivos; es preciso aclarar que dentro de este grupo sólo la Posada Marmacrisli ubicada en La Playa de Belén lo está tramitando.

**Figura 5. Registro Nacional de Turismo**



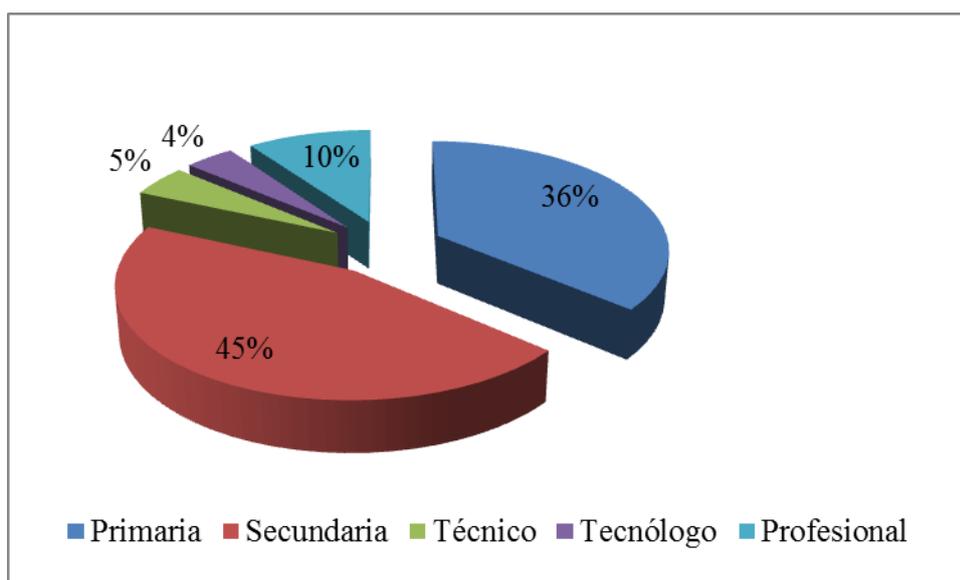
**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

<sup>27</sup>Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio. (s.f.). <http://rntocana.confecamaras.co/establecimientos>. Recuperado el 2 de Octubre de 2014, de <http://rnt.rue.com.co/>

**4.3.3 Características de los empleados.** Dentro de las variables investigadas como se puede observar en la encuesta, se indagó el grado de escolaridad de los empleados y se encontró que la mayoría del personal tiene formación a nivel primaria (36%) y secundaria (45%); si esto se compara con los cargos desempeñados según lo analizado en el cuadro 5 y figura 4, se observa que existe una relación directa entre éstos y la exigencia en el grado de escolaridad. Con formación técnica, tecnológica y profesional existe un 19% del total de personas que laboran en los hoteles y básicamente corresponde a quienes ocupan cargos administrativos (ver figura 6), quienes tienen formación en las áreas de Administración, mercadeo, comunicación social, economía, contaduría, investigación judicial y zootecnista.

Además en el numeral 4.2.2 Se observa que el sector hotelero de Ocaña y su región es una fuente de empleo muy importante para el género femenino ya que dentro del total de sus empleados para atender la demanda turística el 71% son mujeres y sólo el 29% son hombres; debido a que las labores y la tendencia del servicio se enfoca hacia el hospedaje, donde los cargos de recepcionista y camareras son los de mayor importancia.

**Figura 6. Grado de escolaridad de los empleados**



**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

**4.3.4 Servicios ofrecidos en el hotel.** Además del hospedaje, los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurante, piscina, parqueadero entre otros, que complementan y hacen atractivo el lugar y agradable su estadía. En el instrumento aplicado, se incluyeron las preguntas 1, 2 y 3 que permiten conocer si los hoteles de Ocaña y la región ofrecen servicios complementarios como salón de eventos, piscina, jacuzzi, parqueadero, televisión por cable, página web, wi-fi, agua caliente, restaurante, entre otros servicios, así como el servicio de traductor bilingüe y opciones de pago a la hora de cancelar su cuenta.

Al realizar el análisis de los datos tomados, en el cuadro 7 se relacionan los hoteles que prestan cada uno de los servicios enunciados, donde el servicio de televisión es ofrecido

por todos los hoteles mientras que el servicio de piscina solamente se encuentra en un hotel (Orquídeas Plaza) en el municipio de La Playa de Belén; sólo tres cuentan con jacuzzi. Es importante resaltar el hecho de que solamente seis hoteles tienen página Web, lo que impide que los posibles visitantes tengan información previa de las opciones de hospedaje existentes en la región.

Otro aspecto muy importante para la comodidad de los huéspedes es la disponibilidad de parqueadero; en este aspecto es necesario destacar el hecho de que de los once (11) hoteles que manifestaron ofrecer este servicio, no todos cuentan con las instalaciones propias, sino que tienen convenio con parqueaderos particulares y le ofrecen este servicio a sus clientes, como es el caso del Hotel Real, Príncipe Centro en Ocaña y San Miguel Plaza en Ábrego.

Se encontró además que de los servicios enunciados directamente, existen varios hoteles que prestan otros adicionales como es el caso de cafetería, minibar, ventilador, aire acondicionado, gimnasio, sauna y ascensor.

**Cuadro 7. Servicios ofrecidos por los hoteles**

<b>SALA EVENTOS 11</b>	Zaguán de las Aguas Don Pedro José Tarigua Príncipe Campestre Príncipe Centro Orquídeas Plaza	Hotel Real Vicamor Hacaritama Rancho Alegre Finca Hotel Casa Real
<b>PISCINA 1</b>	Orquídeas Plaza	
<b>JACUZZI 3</b>	Vicamor Príncipe Campestre	Tarigua
<b>PARQUEADERO 11</b>	Hotel Real El Líbano Hacaritama Príncipe Centro Orquídeas Plaza San Miguel Plaza	Don Pedro José Tarigua Príncipe Campestre Finca Hotel Casa Real El Laguito
<b>TV CABLE 31</b>	Zaguán de las Aguas Jonathan La Colina Rincón Colonial Puerta del Sol Tarigua El Camino Sueños de Primavera El Recuerdo Plaza Mayor Ocaña Príncipe Campestre Alemana Príncipe Centro Orquídeas Plaza El Laguito Catatumbo	Hotel Real Don Pedro José El Líbano Plaza Real de Ocaña Vicamor Casona de Ocaña Hacaritama Torcoroma Loma Linda Ocaña Imperial Rancho Alegre Abimelec Finca Hotel Casa Real Posada Marmacrisli San Miguel Plaza
<b>WEB 6</b>	Tarigua Sueños de Primavera Rancho Alegre	El Camino Príncipe Campestre Príncipe Centro

<b>WI FI 22</b>	Zaguán de las Aguas Jonathan El Líbano Vicamor Casona de Ocaña Hacaritama Ocaña Imperial Rancho Alegre Príncipe Centro Posada Marmacrisli San Miguel Plaza	Hotel Real Don Pedro José Plaza Real de Ocaña Tarigua El Camino Sueños de Primavera Príncipe Campestre Alemana Orquídeas Plaza El Laguito Catatumbo
<b>AGUA CALIENTE 17</b>	Zaguán de las Aguas Don Pedro José Plaza Real de Ocaña Tarigua Hacaritama Príncipe Campestre Príncipe Centro Orquídeas Plaza Catatumbo	Hotel Real Rincón Colonial Vicamor El Camino Sueños de Primavera Abimelec Finca Hotel Casa Real Posada Marmacrisli
<b>RESTAURANTE 12</b>	Zaguán de las Aguas Don Pedro José Tarigua Ocaña Imperial Finca Hotel Casa Real Posada Marmacrisli	Hotel Real Plaza Real de Ocaña El Camino Príncipe Centro Orquídeas Plaza El Laguito
<b>OTROS 17</b>	Jonathan Plaza Real de Ocaña Tarigua El Camino Sueños de Primavera Plaza Mayor Ocaña Rancho Alegre Príncipe Centro Catatumbo	La Colina Vicamor Casona de Ocaña Hacaritama El Recuerdo Príncipe Campestre Abimelec El Laguito
Ventilador Tienda Discoteca Ascensor Aire acondicionado Gimnasio Sauna		

**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

Con respecto a la disposición de traductor bilingüe, ningún hotel en la zona cuenta con este servicio de manera permanente; solamente el hotel Plaza Real de Ocaña manifiesta que cuando los turistas lo requieren ellos tienen un contacto, quien les presta el servicio para la ocasión; la mayoría de hoteles comentan que cuando han recibido huéspedes que no hablan el español, normalmente traen su propio traductor.

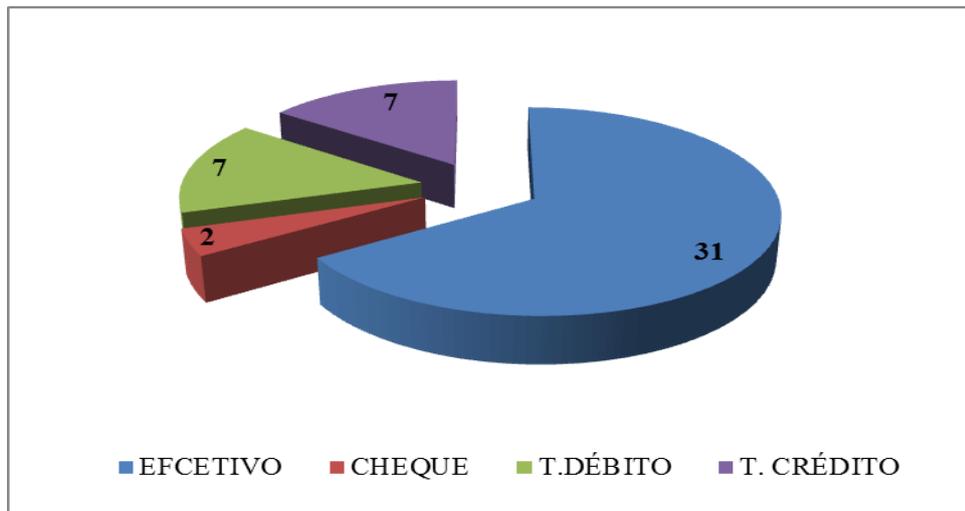
En el cuadro 8 y figura 7 se observa lo relacionado con las opciones que ofrecen para facilitar el pago de la cuenta de sus huéspedes y se encontró que la totalidad de hoteles reciben efectivo: solamente dos establecimientos que representa el 6%, reciben cheque; quienes no ofrecen esta opción de pago sostienen que el cheque no presenta buenas garantías ya que las personas están de paso, además que ya es un mecanismo que poco lo utilizan las personas naturales, pues con la emisión del dinero plástico no se requiere el manejo de chequeras. Con respecto al recibo de tarjeta débito y crédito, existen siete (7) hoteles, es decir el 23% de la totalidad de la población investigada que ofrecen esta opción de pago. Quienes no ofrecen esta alternativa, plantean que es un mecanismo que tiene un costo adicional que repercute en el valor a pagar, puesto que le recargan a la cuenta del huésped el valor del servicio y otra de las razones para no utilizar este mecanismo es por el tipo de personas que normalmente se hospedan.

**Cuadro 8 Opciones de pago y traductor**

<b>HOTEL</b>	<b>OPCIONES DE PAGO</b>	<b>TRADUCTOR</b>
Zaguán de las Aguas	Efectivo	No
Hotel Real	Efectivo, Tarjeta Débito y Tarjeta Crédito	No
Jonathan	Efectivo	No
Don Pedro José	Efectivo	No
La Colina	Efectivo	No
El Líbano	Efectivo	No
Rincón Colonial	Efectivo, Tarjeta Débito y Tarjeta Crédito	No
Plaza Real de Ocaña	Efectivo, Cheque, Tarjeta Débito y Tarjeta Crédito	Si
Puerta del Sol	Efectivo	No
Vicamor	Efectivo	No
Tarigua	Efectivo, Cheque, Tarjeta Débito y Tarjeta Crédito	No
Casona de Ocaña	Efectivo	No
El Camino	Efectivo	No
Hacaritama	Efectivo, Tarjeta Débito y Tarjeta Crédito	No
Sueños de Primavera	Efectivo	No
Torcoroma	Efectivo	No
El Recuerdo	Efectivo	No
Loma Linda	Efectivo	No
Plaza Mayor Ocaña	Efectivo	No
Ocaña Imperial	Efectivo	No
Príncipe Campestre	Efectivo, Tarjeta Débito y Tarjeta Crédito	No
Rancho Alegre	Efectivo	No
Alemana	Efectivo	No
Abimelec	Efectivo	No
Príncipe Centro	Efectivo, Tarjeta Débito y Tarjeta Crédito	No
Finca Hotel Casa Real	Efectivo	No
Orquídeas Plaza	Efectivo	No
Posada Marmacrisli	Efectivo	No
El Laguito	Efectivo	No
San Miguel Plaza	Efectivo	No
Catatumbo	Efectivo	No

**Fuente.** Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.

**Figura 7. Hoteles y opciones de pago**

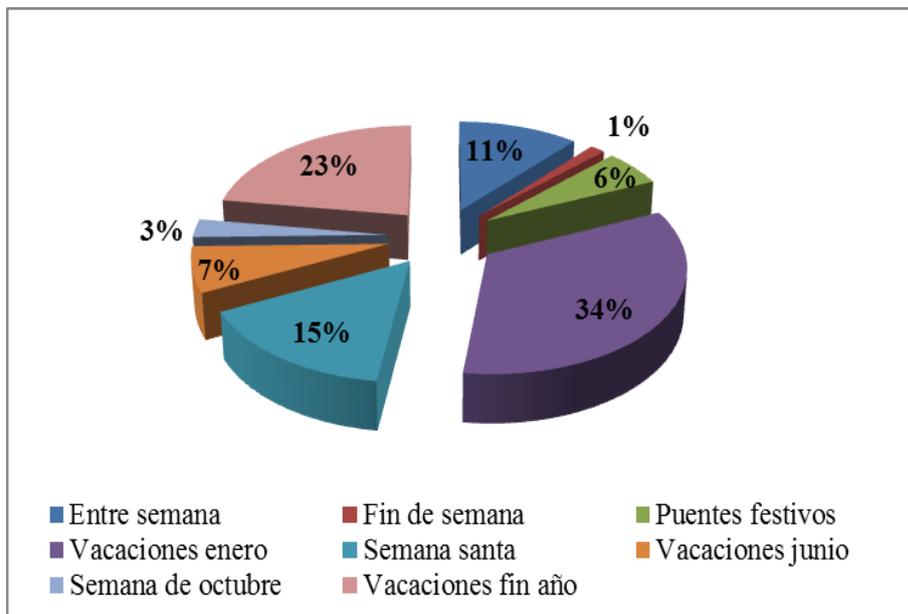


**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

**4.3.5 Temporada de mayor ocupación.** Con el objeto de conocer esta variable, se incluyó la pregunta 4 en el cuestionario donde se indaga sobre temporada del año que se registra mayor afluencia de huéspedes y se encontró como se observa en la figura 8 que la temporada de mayor afluencia de turistas es la época de vacaciones de enero con un 34%, seguido de la temporada de fin de año con el 23% y luego la temporada de semana santa: las personas encuestadas manifiestan que son las tres épocas del año donde Ocaña y los pueblos vecinos reciben no solamente turistas sino las personas que tienen relación con los habitantes de la región y que viven en otras ciudades e incluso en otros países; opinan que la época de semana santa es muy buena por cuanto se activa el turismo religioso y específicamente el mariano.

Es de anotar que en su gran mayoría manifestaron que los fines de semana no había movimiento de visitantes, al igual que la semana de octubre.

**Figura 8. Temporada de mayor demanda**



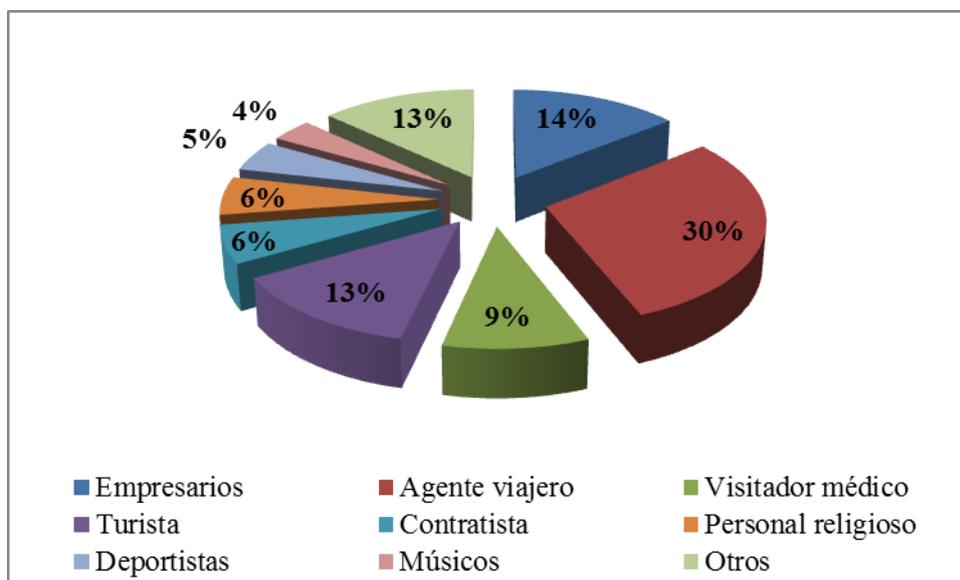
**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

**4.3.6 Clase de huéspedes que recibe con mayor frecuencia.** Con el objeto de conocer el tipo de personas que visitan a Ocaña y su región, se indagó sobre este aspecto y se encontró como se muestra en la figura 9, que en un alto porcentaje (30%) de los hoteles dicen recibir en mayor proporción agentes viajeros, seguido de un 14% que reciben empresarios; al indagar sobre este tipo de visitantes, se obtuvo información por parte de los administradores de los hoteles en el sentido de que son personas dueñas de empresas o empleados que vienen a atender los requerimientos de los comerciantes de Ocaña y la región en cuanto a pedidos de mercancías para surtir sus negocios; el grupo de visitantes médicos, es otro tipo de huésped que viene mucho a Ocaña y el 9% de los encuestados informan que corresponde a las personas que vienen con el objeto de comercializar sus productos y atender las necesidades de sector de la salud, por lo que se podría incluir dentro de este gran grupo y manejar así que el 53% de los establecimientos investigados reciben con mayor frecuencia a este tipo de visitantes que se puede catalogar como personal de ventas.

Vale la pena mencionar el hecho de que un 13% de los establecimientos manifiestan que con mayor frecuencia reciben turistas quienes vienen a la región con fines exclusivos de realizar esta actividad. Además es preciso aclarar que el 13% de los hoteles manifiesta que la clase de huéspedes que mayor acuden a su establecimiento pertenecen a otro grupo que incluye transportadores, conductores, campesinos y académicos.

Si se analiza la temporada de mayor ocupación frente a la clase de huéspedes que reciben los diferentes hoteles, existe una relación directa ya que los hoteles que manifiestan tener mayor ocupación entre semana, son los hoteles que albergan campesinos y agentes vendedores, quienes realizan sus actividades precisamente en los días laborales.

**Figura 9. Clase de huéspedes de mayor demanda**

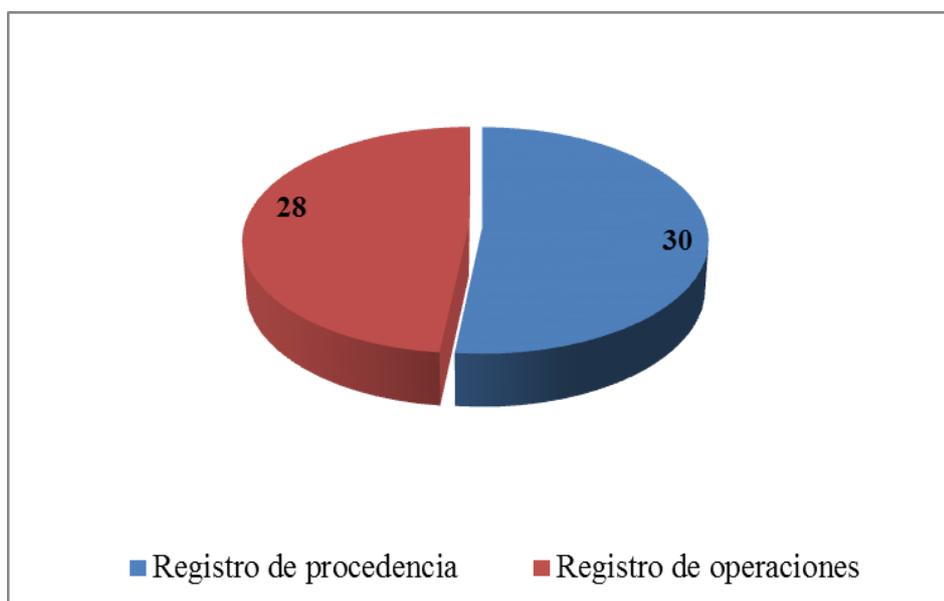


**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

**4.3.7 Elaboración de registros.** Para conocer si los hoteles existentes en Ocaña y su región realizan este tipo de actividad, se incluyeron en el cuestionario las preguntas 6 y 7 que buscan definir su cumplimiento; es así como en la figura 10 se observa que del total de hoteles incluidos en el estudio, el 97%, es decir Treinta (30) llevan el registro de la procedencia de sus clientes, pero no dan detalle de esta información, sólo manifiestan que reciben personas de Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta, Barranquilla y de pueblos de la provincia; el único hotel que manifiesta no registrar la procedencia de sus huéspedes es el hotel Jonathan.

El registro de operaciones es llevado solo por veintiocho (28) de los treinta y un (31) hoteles visitados, lo que corresponde al 90% y manifiestan que lo hacen porque es un deber y que les permite controlar su negocio; dentro de los que no cumplen con esta actividad se encuentran: Hotel Jonathan de Ocaña, posada Marmacrisli de La Playa y hotel Catatumbo de Ábrego.

**Figura 10. Registros estadísticos y de procedencia.**



**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

**4.3.8 Trabajo en convenios.** Con el fin de conocer si los hoteles trabajan en conjunto con otros hoteles y con agencias de viajes, se incluyeron las preguntas 8 y 9 que están encaminadas a conocer esta variable y se encontró que solamente existen 5 hoteles (16%) que trabajan en convenio con agencias de viajes y éstos son: Hotel Real y el Rincón colonial que trabajan con la agencia de viajes Pitta Galván y Viajemos, el hotel Plaza real que trabaja en convenio con Aviatur y BCD Travel, el hotel Tarigua que se relaciona con agencias de viajes de Medellín y el hotel Hacaritama con agencias de viajes de Cúcuta.

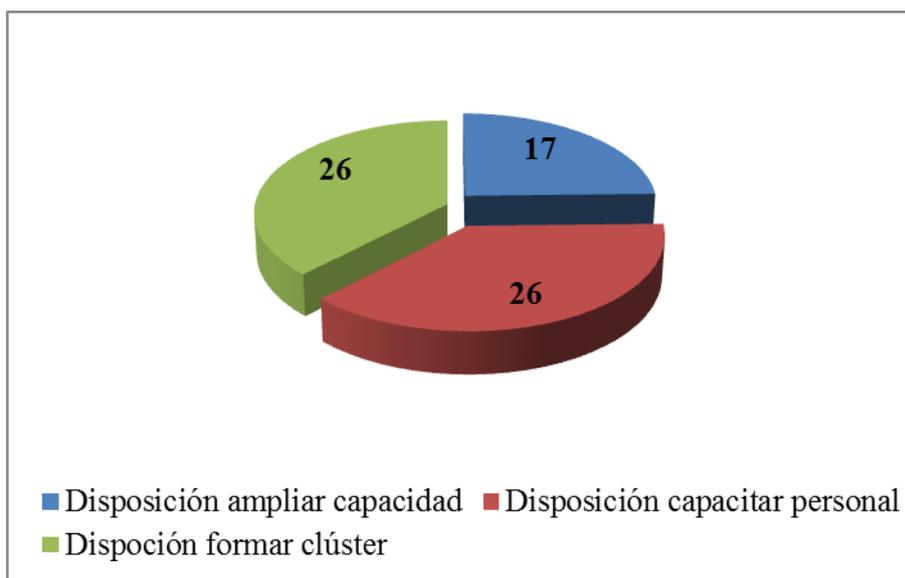
Con respecto al trabajo colaborativo con hoteles, diez de los encuestados, es decir el 32% sostiene que si trabajan en conjunto con otros hoteles porque existen vínculos familiares, de amistad o son sucursales, como es el caso del hotel Príncipe Centro y Campestre; hotel Colonial, Real y Vicamor y la Colina con Puerta del Sol, Loma Linda, Ocaña Imperial y Abimelec.

**4.3.9 Disposición de ampliar capacidad y mejorar servicios.** Con base en que diversas autoridades locales, regionales y nacionales pretenden promover a Ocaña y su región como destino turístico, se realiza la presente investigación con miras a conocer la capacidad operativa de los hoteles, evaluar las condiciones y características en la prestación de servicios y conocer la posibilidad de ampliar y mejorar su calidad como uno de los actores conexos a la actividad turística que influyen directamente en el grado de satisfacción de los visitantes; es por ello que se quiso conocer la opinión en cuanto a tres aspectos relacionados con la ampliación de la capacidad operativa, la capacitación del personal y el interés de conformar un clúster que permita convertir este sector en polo de desarrollo de la región.

En cuanto a la disposición de ampliar la capacidad operativa, se encontró que solamente 17 de los 31 hoteles estudiados, es decir el 55% aproximadamente manifiestan que si la demanda se incrementa, se realizarían las inversiones necesarias para ser competitivos. De igual manera 26 hoteles que corresponde al 84% manifiestan que la capacitación de sus empleados es un elemento fundamental en la mejora de la calidad de los servicios y por ende estarían dispuestos a capacitarlos; por último se encontró que el 84% ve en el clúster turístico la opción más adecuada para poder convertir el sector hotelero y por ende el turismo en una actividad competitiva. (Ver figura 11)

Quienes respondieron negativamente a esta inquietud, manifiestan que no creen en el compromiso de las autoridades para promover el turismo, que Ocaña y su región no tiene atractivos turísticos de importancia para que se pueda desarrollar este sector y hay quienes son conscientes de que entrar en este proceso, requiere demasiados esfuerzos y mucha inversión en mejorar infraestructura, procesos, calidad de servicios y que no tienen la capacidad de hacerlo.

**Figura 11. Disposición de ampliar capacidad y mejorar servicios**



**Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal hoteles.**

#### **4.4 ACCIONES DE MEJORA**

Partiendo de que los objetivos de la presente investigación se enfocan en la recolección de información que sirva de base para plantear algunas acciones de mejora que permitan fortalecer y promover el sector hotelero de Ocaña y su región, visionando el desarrollo del turismo a nivel local y con base a los hallazgos encontrados, a continuación se proponen algunas acciones para que las entidades correspondientes tomen las estrategias y medidas necesarias, que permita hacer realidad el poder ofrecer, con las garantías necesarias y suficientes, a Ocaña y su región como destino turístico.

**4.4.1 Acompañamiento y seguimiento de la Cámara de Comercio**. Con fundamento en la situación observada sobre el incumplimiento del requisito de **Registro Nacional**

**de Turismo**, la Cámara de Comercio debe trabajar para incentivar a todos los hoteles de Ocaña y su región para que cumplan con la norma, como empresas prestadoras de servicios turísticos legalmente establecidas y puedan acceder a los beneficios otorgados por los diferentes organismos de promoción turística.

De igual manera debe brindar la asesoría y acompañamiento necesario para que los pequeños y medianos hoteles (pequeños hoteles, con menos de 50 habitaciones y los medianos con más de 50 habitaciones) de la región se **certifiquen en calidad turística** y sean beneficiados por el proyecto de ley 060 del 12 de agosto de 2014, que pretende crear una renta exenta del 30% para los prestadores de servicios turísticos clasificados como establecimientos de alojamiento y hospedaje.

La presente ley, tiene por objeto crear un incentivo tributario para pequeños y medianos prestadores de servicios turísticos clasificados como establecimientos de alojamiento y hospedaje, que obtengan el Certificado de Calidad Turística otorgado por una entidad de certificación debidamente acreditada por el Organismo Nacional de Acreditación en Colombia (Onac). La mayoría de hoteles deben mejorar su infraestructura para lograr las certificaciones de calidad requeridos para promover el turismo.

La renta exenta del 30% operaría sobre cualquier tipo de ingreso que percibiesen los beneficiarios sin importar si tienen relación con su objeto social. Esto, sumado a la nada despreciable temporalidad de 15 años que duraría la exención hace de esta casi una reforma tributaria.

**4.4.2 Intervención de las entidades educativas.** Esta propuesta se encamina directamente a que las entidades educativas, responsables de los procesos de capacitación y formación del recurso humano con miras a fortalecer el tejido empresarial, que redunde en el desarrollo local y regional, deben realizar investigaciones que evalúen las necesidades reales de capacitación y formación de la población en cada uno de los sectores y diseñar programas de capacitación, cursos cortos, diplomados y técnicos en las actividades que se relacionan con el turismo como por ejemplo de Guías turísticos, meseros, camareros, cursos de inglés, entre otros; que garantice la eficiencia, la competitividad y la participación en las ventajas de la globalización y mundialización de la economía y de los mercados para ofrecer a Ocaña y su región como un destino turístico atractivo a nivel nacional e internacional

**4.4.3 Intervención de las Alcaldías municipales.** Gestionar a través de las oficinas de turismo y cultura la **señalización** de sitios de interés para los turistas, en especial los lugares de alojamiento en la región, que permita la orientación a la hora de acceder a estos servicios.

Además realizar las inspecciones y seguimiento que según la ley le otorga para verificar el cumplimiento de los requisitos legales que debe cumplir el sector hotelero para ofrecer los servicios de alojamiento y hospedaje

**4.4.4 Proyectos para mejorar la infraestructura turística.** Con base en los hallazgos, se debe proyectar la realización de proyectos específicos en las áreas que están presentando falencias considerables en compañía de entidades públicas y privadas y del gremio de las empresas del sector turístico, enfocados a:

1. Modernización de las estructuras administrativas de los hoteles.
2. Creación de páginas web. Concientizar a los gerentes de la importancia de tener una página web que permita ofrecer sus productos y servicios, a través del sitio Web se podrá llegar a clientes potenciales del mundo entero. Las limitaciones geográficas ya no existen, un sitio Web es como una oficina de ventas en cada lugar del planeta. Esta herramienta permite un fácil acceso a los clientes reales y potenciales de los servicios ofrecidos desde cualquier lugar del mundo.
3. Elaboración de un portal web donde se incluya información, no sólo de los hoteles sino de todos los actores del turismo y un mapa de georeferenciación.
4. Gestionar la consecución de recursos para crear en Ocaña un Punto de Información Turística PIT.
5. Propiciar el trabajo asociativo entre los agentes que interactúan en el turismo.
6. Gestión de recursos para infraestructura vial ante el gobierno local, departamental y nacional rutas de acceso que hagan más atractiva la entrada a Ocaña, a los diferentes sitios turístico y del mismo modo las vías internas.

## **5. CONCLUSIONES**

Con el presente estudio se pudo determinar que en Ocaña y su Región, existe un total de treinta y un (31) hoteles, identificados así: En La playa de Belén un (1) hotel, una (1) posada y una (1) finca casa hotel, En Ábrego tres (3) hoteles y en Ocaña veinticinco (25) hoteles; Aclarando que existen otros hoteles pero que no se encuentran registrados en la Cámara de Comercio de Ocaña, por lo tanto no se tuvieron en cuenta.

La capacidad operativa de los hoteles de Ocaña y su región está dada por un total de 752 habitaciones; dispuestas con 590 camas sencillas, 540 camas dobles y 34 camas semidobles, distribuidas de la siguiente manera:

En Ocaña veinticinco (25) hoteles que ofrecen 656 habitaciones con 514 camas sencillas, 459 camas dobles y 33 camas semidobles; en La Playa existen tres (3) hoteles con 22 habitaciones dispuestas con 42 camas sencillas y 20 dobles y en Ábrego existen tres (3) hoteles con 74 habitaciones que incluyen 34 camas sencillas, 61 dobles y 1 semidoble.

De otra parte, se dispone de un total de 152 trabajadores que atienden la parte administrativa, recepcionistas, ayudantes de cocina, botones, meseros, chef, camareras, vigilantes y labores de mantenimiento y mayordomía.

Si el turismo en Ocaña se llegara a incrementar en altos volúmenes, esta capacidad sería insuficiente para atender la demanda potencial, tanto en infraestructura como en cantidad y calificación de personal para atender con excelente calidad a los turistas; la mayoría del personal que labora tiene un nivel de formación medio y no manejan el idioma inglés, lo cual sería indispensable para la atención del turismo internacional.

Con respecto a las condiciones y características de la prestación de los servicios en el sector hotelero de la región, se pudo observar que en Ocaña este sector está conformado por hoteles pequeños y solo existen dos medianos, varios funcionan sin el cumplimiento de los requisitos legales como es el Registro Nacional de Turismo, no especifican la procedencia de sus huéspedes, se centran más en el servicio de hospedaje y poco en otros servicios complementarios; solo trece (13) hoteles tienen una infraestructura que podría considerarse adecuada para iniciar el trabajo de asociatividad siempre y cuando se iniciaran en el proceso de registro y certificación.

En lo referente a la propuesta de acciones de mejora tendientes a garantizar un excelente servicio y promover la región de Ocaña como destino turístico, se tuvo en cuenta la situación encontrada en los diferentes establecimientos investigados y se enmarca básicamente al acompañamiento, asesoría y seguimiento por parte de la Cámara de Comercio de Ocaña para la obtención de registros y certificaciones en calidad turística, para que se beneficien de las exenciones que dispone la ley; intervención de las entidades educativas de la región para capacitar y formar el recurso humano que requiere el sector; intervención de las alcaldías municipales en la señalización de sitios de interés turístico y actores del mismo y en el seguimiento y vigilancia del cumplimiento de los requisitos legales; al sector hotelero que elabore proyectos de inversión para mejorar su infraestructura física, administrativa y creación de su página

web y a las entidades gubernamentales, gestionar recursos para infraestructura vial, rutas de acceso a los sitios de interés turístico, creación del Punto de Información Turística PIT y creación de un portal turístico regional.

## 6. RECOMENDACIONES

Los Propietarios y/o administradores de los hoteles, deben tomar conciencia de la importancia y obligatoriedad de obtener el registros de la Cámara de Comercio de Ocaña y el Registro Nacional de Turismo, para poder ejercer su actividad y garantizar así los servicios de alojamiento y hospedaje a todos los visitantes que lo requieran, además evitar incurrir en sanciones establecidas por la ley para este tipo de establecimientos que funcionen sin en el lleno de los requisitos.

Proyectar la ampliación de la infraestructura en cuanto a habitaciones y camas con miras a garantizar la futura demanda de turistas; así mismo iniciar un proceso de capacitación, formación y profesionalización del personal, de tal manera que se puedan ofertar servicios hoteleros de excelente calidad para ser competitivos; dentro de esta capacitación, se debe incluir el inglés como segunda lengua, ya que se espera una afluencia de turistas extranjeros.

Para iniciar los procesos de asociatividad, se requiere que los hoteles en Ocaña, Ábrego y La Playa, hagan uso de las nuevas tecnologías y diseñen su página Web, de tal forma que se puedan observar sus instalaciones, precios, ubicación y todo lo relacionado con la prestación de sus servicios hoteleros desde cualquier parte del mundo y faciliten su contratación por parte de agencias que vendan a Ocaña y su región como destino turístico o por las personas que deseen viajar directamente sin la intermediación de un agente.

Es de vital importancia que la Cámara de Comercio de Ocaña, entidad directamente relacionada con el desempeño empresarial, luego de conocer esta información y con la proyección de crear el clúster turístico, convoque a los establecimientos hoteleros para que tomen conciencia del potencial turístico existente y del compromiso que deben adquirir para iniciar los procesos de registro, mejora y certificación que les permita hacer parte del clúster, como mecanismo para mejorar su competitividad y ofrecer servicios de excelente calidad.

## BIBLIOGRAFÍA

Diccionario de Economía. Salvador Osvaldo Brand. Pág. 617

Fischer, L., & Navarro, A. (1999). Introducción a la investigación de mercados. México: McGraw- Hill. Pág 8

Fischer de la Vega, L. (1986). Mercadotecnia. México: Nueva Editorial Interamericana. pág.175

García, L. E. (31 de Julio de 2014). Historia de la hotelería en Ocaña. (Y. L. Angarita, Entrevistador)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw- Hill.

McCarthy, E. J., & Perreault, W. (1997). Marketing. Madrid: McGraw-Hill. pág. 273

Ocaña, C. (1896). La ciudad de Ocaña. Revista Mercantil, 3.

Orozco, A. (1999). Investigación de Mercados. Concepto y Práctica. Bogotá: Norma. Pág. 1

Posada Callejas, J. (1918). Libro Azul de Colombia. New York: Printed by the J. J. Little & Ives company. pág 563

Tamayo y Tamayo, Mario. Serie: Aprender a investigar. La investigación Bogotá 1999

## REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

Asociación Hotelera y Turística de Colombia. COTELCO. (2014). <http://www.cotelco.org/nuestros-servicios/normatividad/calidad-turistica.html>. Recuperado el 21 de Julio de 2014, de <http://www.cotelco.org>

CONFECAMARAS. (s.f.). <http://rntocana.confecamaras.co/establecimientos>. Recuperado el 30 de Septiembre de 2014, de <http://rnt.rue.com.co>

Congreso de la República de Colombia. (26 de Julio de 1996). <http://www.anato.org/images/stories/Ley300de1996-Actualizada2006.pdf>. Recuperado el 20 de Junio de 2014, de <http://www.anato.org>

Congreso de la República de Colombia. (29 de Diciembre de 2010). <http://www.anato.org/images/stories/comunicados2012/decreto1429.pdf>. Recuperado el 04 de Julio de 2014, de <http://www.anato.org>

<http://admindeempresas.blogspot.com/2007/10/conceptos-sobre-estructura.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de

ICONTEC. (24 de Febrero de 2003). [http://tmp.cotelco.org/images/pdfs/002\\_atencion\\_de\\_sugencias\\_y\\_reclamaciones.pdf](http://tmp.cotelco.org/images/pdfs/002_atencion_de_sugencias_y_reclamaciones.pdf). Recuperado el 13 de Marzo de 2014, de <http://tmp.cotelco.org>

ICONTEC. (17 de Noviembre de 2006). [http://www.fontur.com.co/aymsite/aym\\_document/aym\\_normatividad/2006/](http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2006/). Recuperado el 12 de Julio de 2014, de <http://www.fontur.com.co>

ICONTEC. (27 de Agosto de 2009). [http://www.fontur.com.co/aymsite/aym\\_document/aym\\_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf](http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf). Recuperado el 20 de Junio de 2014, de <http://www.fontur.com.co>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (22 de Noviembre de 2006). <http://www.mincit.gov.co/documentos.php?id=173>. Recuperado el 02 de Julio de 2014, de <http://www.mincit.gov.co>

Moreno Riveros, M. (1981). [http://www.sogeocol.edu.co/documentos/alg\\_asp\\_hist\\_hote.pdf](http://www.sogeocol.edu.co/documentos/alg_asp_hist_hote.pdf). Recuperado el 08 de Julio de 2014, de <http://www.sogeocol.edu.co>

Organización Mundial del Turismo OMT. (s.f.). <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>. Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://media.unwto.org>

Presidencia de la República de Colombia. (14 de Abril de 1997). <http://www.anato.org/images/stories/comunicados2012/decreto1075.pdf>. Recuperado el 21 de Julio de 2014, de <http://www.anato.org>.

# **ANEXOS**

ANEXO A. Encuesta dirigida a los gerentes y/o representantes legales de los hoteles



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
GRUPO DE INVESTIGACION GIDSE  
CAPACIDAD TURÍSTICA DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER.

Encuesta dirigida al gerente o representante legal de los hoteles de Ocaña y su Región, para conocer su capacidad operativa.

Nombre del hotel \_\_\_\_\_ Categoría \_\_\_\_\_  
Registro Nacional de Turismo \_\_\_\_\_ Pertenece a COTELCO \_\_\_\_\_  
Dirección \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_  
Representante legal \_\_\_\_\_ Profesión \_\_\_\_\_  
Número de empleados \_\_\_\_ H \_\_\_\_ M \_\_\_\_ Grado de escolaridad: Primaria \_\_\_\_  
Bachiller \_\_\_\_ Técnico \_\_\_\_ Tecnólogo \_\_\_\_ Profesional \_\_\_\_  
Área: \_\_\_\_\_

Marque con una X la respuesta de preferencia:

1. ¿Cuáles servicios ofrece su hotel?

Salón para eventos \_\_\_\_ Piscina \_\_\_\_ Jacuzzi \_\_\_\_ Parqueadero \_\_\_\_  
Televisión por cable \_\_\_\_ Pagina Web \_\_\_\_ Wi-Fi \_\_\_\_ Agua Caliente \_\_\_\_  
Servicio de restaurante \_\_\_\_ Otro \_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿Tienen servicio de traductor bilingüe?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué opciones de pago ofrece al huésped?

Efectivo \_\_\_\_ Cheque \_\_\_\_ Tarjeta Débito \_\_\_\_ Tarjeta Crédito \_\_\_\_

4. ¿En qué temporada del año hay mayor afluencia de huéspedes?

Entre semana \_\_\_\_ Fines de Semana \_\_\_\_ Puentes Festivos \_\_\_\_  
Vacaciones enero \_\_\_\_ Semana santa \_\_\_\_ Vacaciones de junio \_\_\_\_  
Semana de octubre \_\_\_\_ Vacaciones fin de año \_\_\_\_ Otra \_\_\_\_

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

5. ¿Qué clase de huéspedes recibe con mayor frecuencia en su hotel?

Empresarios \_\_\_\_ Agentes viajeros/comerciante \_\_\_\_ Visitadores Médicos \_\_\_\_  
Turistas \_\_\_\_ Contratistas \_\_\_\_ Personajes religiosos \_\_\_\_ Deportistas \_\_\_\_  
Músicos \_\_\_\_ Otros \_\_\_\_ Cuales? \_\_\_\_\_

6. ¿Registra la procedencia de sus huéspedes?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Indíquela \_\_\_\_\_

7. ¿Lleva registro y estadísticas de sus operaciones?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

8. ¿Su hotel trabaja actualmente con alguna agencia de viajes, que permita a sus huéspedes el traslado local, nacional e internacional?

Sí\_\_\_ ¿Cuál?\_\_\_\_\_

No\_\_\_ ¿Por qué?\_\_\_\_\_

9. Trabaja en equipo con algún otro hotel, residencia, posada o cualquier otro establecimiento a nivel local, regional o nacional?

Si\_\_\_ ¿Cuál?\_\_\_\_\_

No\_\_\_ ¿Por qué?\_\_\_\_\_

10. ¿Con qué capacidad operativa cuenta su hotel para alojar a sus huéspedes?

Número de habitaciones\_\_\_\_ Camas sencillas\_\_\_\_ Camas dobles\_\_\_\_ Camas semidobles \_\_\_\_\_

11. ¿Con cuántos empleados cuenta para la prestación de sus servicios?

Personal Administrativo \_\_\_\_ Recepcionista \_\_\_\_ Ayudantes de Cocina\_\_\_\_

Botones \_\_\_\_ Meseros\_\_\_\_ Chef\_\_\_\_ Camareras\_\_\_\_ Vigilantes\_\_\_\_ Otros\_\_

Cuáles? \_\_\_\_\_

12. ¿Estaría dispuesto a ampliar su capacidad operativa?

Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Por qué?

\_\_\_\_\_

13. ¿Permitiría la capacitación de sus empleados?

SÍ \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

14. ¿Estaría interesado en hacer parte de un clúster turístico para ofrecer a Ocaña y su región como destino turístico?

Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¡MUCHAS GRACIAS!

## ANEXO B. Cuadro Resumen Hoteles

HOTEL	SERVICIOS	OPCIONES DE PAGO	REGISTROS	EMPLEADOS	TEMPORADA MAYOR DEMANDA	CLASE DE HUÉSPED	CONVENIOS	HABITACIONES CAMAS	DISPOSICIÓN
<b>ZAGUÁN DE LAS AGUAS</b>	Sala de eventos Tv Cable Wi Fi Agua caliente Restaurante	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	3 Hombres 1 Mujer 1 Primaria 3 Secundaria 1 Administrativo 1 Ayudante cocina 1 Chef 1 Camarera	Vacaciones enero Vacaciones fin de año	Empresarios Agentes viajeros Contratista Personas religiosos Deportistas		13 Habitaciones 24 Camas sencillas 4 Camas dobles	Capacitar Clúster
<b>REAL</b>	Sala de eventos Parqueadero Tv Cable Wi Fi Agua caliente Restaurante	Efectivo Tarjeta Débito Tarjeta Crédito	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	1 Hombre 6 Mujeres 4 Primaria 3 Secundaria 3 Administrativos 1 Recepcionista 1 Ayudante cocina 1 Mesero 1 Camarera	Vacaciones enero Semana Octubre Vacaciones fin de año	Empresarios Agentes viajeros Visitador médico Turistas Contratistas Personas religiosos Deportistas Músicos	Agencias de viajes Hoteles	27 Habitaciones 17 Camas sencillas 13 Camas dobles 5 Semidobles	Capacitar Clúster
<b>JONATHAN</b>	TV Cable Wi Fi *Ventilador	Efectivo	Cámara Comercio RNT	1 Hombre 1 Mujer 1 Primaria 1 Secundaria 1 Administrativo 1 Camarera	Entre semana Vacaciones fin de año	Agentes viajeros *Campesinos		14 Habitaciones 4 Camas sencillas 11 Camas dobles	Capacitar Clúster
<b>DON PEDRO JOSÉ</b>	Sala de eventos Parqueadero Tv Cable Wi Fi Agua caliente Restaurante	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	2 Hombre 9 Mujeres 2 Primaria 6 Secundaria 1 Técnico 2 Profesionales 2 Administrativos 4 Recepcionistas 2 Ayudantes cocina 3 Camareras	Vacaciones enero Vacaciones fin de año	Empresarios Agentes viajeros Turista Personas religiosos		60 Habitaciones 22 Camas sencillas 52 Camas dobles	Capacitar Clúster

HOTEL	SERVICIOS	OPCIONES DE PAGO	REGISTROS	EMPLEADOS	TEMPORADA MAYOR DEMANDA	CLASE DE HUÉSPED	CONVENIOS	HABITACIONES CAMAS	DISPOSICIÓN
<b>LA COLINA</b>	Tv Cable *Ventilador	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	4 Mujeres 3 Primaria 1 Secundaria 1 Recepcionista 3 Camareras	Vacaciones enero Vacaciones junio Vacaciones fin de año	Empresarios Agentes viajeros Visitador médico	Hoteles	37 Habitaciones 18 Camas sencillas 37 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>EL LÍBANO</b>	Parqueadero Tv Cable Wi Fi	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	2 Hombre 4 Mujeres 4 Primaria 2 Secundaria 2 Administrativo 1 Recepcionista 2 Camareras 1 Vigilante	Vacaciones enero	Agentes viajeros		40 Habitaciones 24 Camas sencillas 20 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>RINCÓN COLONIAL</b>	Tv Cable Agua caliente	Efectivo Tarjeta Débito Tarjeta Crédito	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	3 Mujeres 2 Primaria 1 Secundaria 2 Recepcionistas 1 Camarera	Vacaciones enero Semana Santa	Agentes viajeros	Agencias de viajes Hoteles	18 Habitaciones 28 Camas sencillas 11 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>PLAZA REAL DE OCAÑA</b>	Tv Cable Wi Fi Agua caliente Restaurante *Ventilador *Tienda *Traductor	Efectivo Cheque Tarjeta Débito Tarjeta Crédito	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	1 Hombre 4 Mujeres 2 Primaria 2 Secundaria 1 Profesional 1 Administrativo 2 Recepcionistas 1 Ayudante cocina 1 Camarera	Puentes festivos Semana Santa	Empresarios Turista Contratistas Personas religiosas Deportistas Músicos	Agencias de viajes	20 Habitaciones 23 Camas sencillas 18 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>PUERTA DEL SOL</b>	Tv Cable	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	3 Mujeres 2 Primaria 1 Secundaria 1 Administrativo 2 Camareras	Entre semana	Agentes viajeros *Conductores	Hoteles	32 Habitaciones 9 Camas sencillas 29 Camas dobles	

HOTEL	SERVICIOS	OPCIONES DE PAGO	REGISTROS	EMPLEADOS	TEMPORADA MAYOR DEMANDA	CLASE DE HUÉSPED	CONVENIOS	HABITACIONES CAMAS	DISPOSICIÓN
<b>VICAMOR</b>	Sala de eventos Jacuzzi Tv Cable Wi Fi Agua caliente *Discoteca	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	4 Hombres 4 Mujeres 2 Primaria 4 Secundaria 1 Tecnólogo 1 Profesional 1 Administrativo 5 Recepcionistas 2 Camareras	Vacaciones enero Semana Santa	Empresarios Agentes viajeros Visitador médico	Hoteles	27 Habitaciones 58 Camas sencillas 5 Camas dobles	Capacitar
<b>TARIGUA</b>	Sala de eventos Jacuzzi Parqueadero Tv Cable Página Web Wi Fi Agua caliente Restaurante *Ventilador *Ascensor	Efectivo Cheque Tarjeta Débito Tarjeta Crédito	Cámara Comercio RNT COTELCO Procedencia Operaciones	3 Hombres 10 Mujeres 7 Secundaria 2 Tecnólogos 4 Profesionales 4 Administrativos 2 Recepcionistas 1 Ayudante cocina 1 Chef 4 Camareras 1 Vigilante	Vacaciones enero	Empresarios Agentes viajeros Turistas *Académicos	Agencias de viajes	52 Habitaciones 17 Camas sencillas 51 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>CASONA DE OCAÑA</b>	Tv Cable Wi Fi *Ventilador	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	1 Hombre 4 Mujeres 5 Primaria 3 Administrativos 1 Recepcionista 1 Camarera	Vacaciones enero Vacaciones fin de año	Agentes viajeros		15 Habitaciones 10 Camas sencillas 8 Camas dobles	Ampliar Clúster
<b>EL CAMINO</b>	Tv Cable Página Web Wi Fi Agua caliente Restaurante *Ventilador	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	2 Hombres 3 Mujeres 1 Primaria 4 Secundaria 1 Administrativo 2 Recepcionistas 1 Ayudante cocina 1 Camarera	Vacaciones enero	Agentes viajeros		11 Habitaciones 16 Camas sencillas 8 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster

HOTEL	SERVICIOS	OPCIONES DE PAGO	REGISTROS	EMPLEADOS	TEMPORADA MAYOR DEMANDA	CLASE DE HUÉSPED	CONVENIOS	HABITACIONES CAMAS	DISPOSICIÓN
<b>HACARITAMA</b>	Sala de eventos Parqueadero Tv Cable Wi Fi Agua caliente *Ascensor	Efectivo Tarjeta Débito Tarjeta Crédito	Cámara Comercio RNT COTELCO Procedencia Operaciones	9 Hombres 4 Mujeres 3 Primaria 6 Secundaria 1 Tecnólogo 3 Profesionales 4 Administrativos 3 Recepcionistas 3 Botones 3 Camareras	Entre semana Vacaciones enero Semana Santa	Agentes viajeros Turistas	Agencias de viajes	48 Habitaciones 55 Camas sencillas 12 Camas dobles 24 Semidobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>SUEÑOS DE PRIMAVERA</b>	TV Cable Página Web Wi Fi Agua caliente *Ventilador	Efectivo	Cámara Comercio Procedencia Operaciones	2 Mujeres 1 Primaria 1 Secundaria 1 Recepcionista 1 Camarera	Vacaciones enero Semana de octubre	Visitador médico Contratistas		24 Habitaciones 16 Camas sencillas 20 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>TORCOROMA</b>	Tv Cable	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	2 Mujeres 1 Primaria 1 Técnico 1 Recepcionista 1 Camarera	Entre semana Vacaciones enero	Agentes viajeros		16 Habitaciones 16 Camas sencillas 16 Camas dobles	Capacitar Clúster
<b>EL RECUERDO</b>	Tv Cable *Aire acondicionado	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	2 Mujeres 1 Primaria 1 Secundaria 1 Recepcionista 1 Camarera	Entre semana Vacaciones enero Vacaciones fin de año	Agentes viajeros *Conductores		14 Habitaciones 22 Camas sencillas 5 Camas dobles	Capacitar
<b>LOMA LINDA</b>	Tv Cable	Efectivo	Cámara Comercio Procedencia Operaciones	3 Mujeres 1 Primaria 1 Secundaria 1 Técnico 2 Recepcionistas 1 Camarera	Entre semana Vacaciones de enero Semana Santa	Agentes Viajeros *Conductores	Hoteles	18 Habitaciones 22 Camas sencillas 6 Camas dobles	Capacitar Clúster

HOTEL	SERVICIOS	OPCIONES DE PAGO	REGISTROS	EMPLEADOS	TEMPORADA MAYOR DEMANDA	CLASE DE HUÉSPED	CONVENIOS	HABITACIONES CAMAS	DISPOSICIÓN
<b>PLAZA MAYOR OCAÑA</b>	Tv Cable *Ventilador	Efectivo	Cámara Comercio Procedencia	2 Mujeres 1 Primaria 1 Secundaria 1 Recepcionista 1 Camarera	Entre semana Vacaciones enero Vacaciones fin de año	Agentes viajeros *Conductores		11 Habitaciones 8 Camas sencillas 7 Camas dobles	
<b>OCAÑA IMPERIAL</b>	TV Cable Wi Fi Restaurante	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	1 Hombre 1 Mujer 1 Primaria 1 Secundaria 1 Recepcionista 1 Camarera	Vacaciones enero	Empresarios Agentes viajeros Visitador médico *Conductores	Hoteles	15 Habitaciones 15 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>PRÍNCIPE CAMPESTRE</b>	Sala de eventos Jacuzzi Parqueadero Tv Cable Página Web Wi Fi Agua caliente *Ventilador	Efectivo Tarjeta Débito Tarjeta Crédito	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	2 Hombres 2 Mujeres 1 Primaria 3 Técnicos 3 Recepcionistas 1 Camarera	Puentes festivos Vacaciones enero Vacaciones fin de año	Agentes viajeros Visitador médico Turistas Personas religiosas Deportistas	Hoteles	22 Habitaciones 21 Camas sencillas 21 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>RANCHO ALEGRE</b>	Sala de eventos Tv Cable Página Web Wi Fi *Gimnasio	Efectivo	Cámara Comercio Procedencia Operaciones	3 Hombres 1 Mujer 4 Secundaria 1 Administrativo 1 Recepcionista 1 Camarera 1 De Mantenimiento	Vacaciones enero	Empresarios Agentes viajeros Turistas		35 Habitaciones 23 Camas sencillas 31 Camas dobles 4 Semidobles	Capacitar Clúster
<b>ALEMANA</b>	Tv Cable Wi Fi	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	2 Hombres 4 Mujeres 6 Secundaria 1 Administrativo 3 Recepcionistas 2 Camareras	Vacaciones enero Semana Santa	Empresarios Agentes viajeros *Campesinos		20 Habitaciones 14 Camas sencillas 13 Camas dobles	Capacitar Clúster

HOTEL	SERVICIOS	OPCIONES DE PAGO	REGISTROS	EMPLEADOS	TEMPORADA MAYOR DEMANDA	CLASE DE HUÉSPED	CONVENIOS	HABITACIONES CAMAS	DISPOSICIÓN
<b>ABIMELEC</b>	Tv Cable Agua caliente *Ventilador	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	1 Hombre 2 Mujeres 3 Primaria 1 Administrativo 2 Camareras	Vacaciones enero Vacaciones fin de año	Agentes viajeros *Campesinos	Hoteles	19 Habitaciones 21 Camas sencillas 5 Camas dobles	
<b>PRÍNCIPE CENTRO</b>	Sala de eventos Parqueadero Tv Cable Página Web Wi Fi Agua caliente Restaurante *Sauna *Tienda	Efectivo Tarjeta Débito Tarjeta Crédito	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	1 Hombre 6 Mujeres 6 Secundaria 1 Profesional 1 Administrativo 2 Recepcionistas 2 Ayudantes cocina 2 Camareras	Entre semana Puentes festivos Vacaciones enero Semana Santa Vacaciones junio Vacaciones fin de año	Agentes viajeros Visitador médico Músicos *Académicos	Hoteles	48 Habitaciones 26 Camas sencillas 41 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>FINCA HOTEL CASA REAL</b>	Sala de eventos Parqueadero Tv Cable Agua caliente Restaurante	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia Operaciones	1 Hombre 3 Mujeres 3 Primaria 1 Profesional 1 Administrativo 1 Ayudante cocina 1 Camarera 1 Mayordomo	Semana Santa Vacaciones junio Vacaciones fin de año	Turistas		6 Habitaciones 12 Camas sencillas 7 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>ORQUÍDEAS PLAZA</b>	Sala de eventos Piscina Parqueadero Tv Cable Wi Fi Agua caliente Restaurante	Efectivo	Cámara Comercio RNT Procedencia	1 Hombre 3 Mujeres 1 Primaria 1 Secundaria 1 Técnico 1 Tecnólogo 1 Administrativo 1 Recepcionista 1 Ayudante cocina 1 Vigilante	Puentes festivos Semana Santa Vacaciones junio Vacaciones fin de año	Turistas		11 Habitaciones 26 Camas sencillas 9 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster

HOTEL	SERVICIOS	OPCIONES DE PAGO	REGISTROS	EMPLEADOS	TEMPORADA MAYOR DEMANDA	CLASE DE HUÉSPED	CONVENIOS	HABITACIONES CAMAS	DISPOSICIÓN
<b>POSADA MARMACRISLI</b>	Tv Cable Wi Fi Agua caliente Restaurante	Efectivo	Cámara Comercio Procedencia Operaciones	2 Mujeres 1 Primaria 1 Secundaria 1 Administrativo 1 Camarera	Semana Santa Vacaciones fin de año	Turistas *Académicos		5 Habitaciones 4 Camas sencillas 4 Camas dobles	Capacitar Clúster
<b>EL LAGUITO</b>	Parqueadero Tv Cable Wi Fi *Estación de servicios	Efectivo	Cámara Comercio Procedencia Operaciones	3 Hombres 8 Mujeres 4 Primaria 5 Secundaria 1 Tecnólogo 1 Profesional 1 Administrativo 1 Recepcionista 3 Ayudante s cocina 2 Meseros 3 Camareras 1 Vigilante	Vacaciones enero Vacaciones junio	Agentes viajeros *Transportador de carga pesada		42 Habitaciones 12 Camas sencillas 32 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>SAN MIGUEL PLAZA</b>	Parqueadero Tv Cable Wi Fi	Efectivo	Cámara Comercio Procedencia	3 Mujeres 2 Primaria 1 Profesional 1 Administrativo 1 Recepcionista 1 Camarera	Fines de semana Vacaciones fin de año	Empresarios Agentes viajeros Contratistas		12 Habitaciones 7 Camas encillas 11 Camas dobles	Ampliar Capacitar Clúster
<b>CATATUMBO</b>	Tv Cable Wi Fi Agua caliente Restaurante	Efectivo	Cámara Comercio Procedencia	2 Mujeres 2 Primaria 1 Administrativo 1 Camarera	Vacaciones enero Semana Santa Vacaciones fin de año	Empresarios Visitador médico Turistas		20 Habitaciones 15 Camas sencillas 18 Camas dobles 1 Semidoble	Ampliar Clúster

ANEXO C. Registro fotográfico

HOTEL EL ZAGUÁN DE LAS AGUAS



## HOTEL REAL



# HOTEL JONATAN



## HOTEL DON PEDRO JOSÉ



# HOTEL LA COLINA



## HOTEL EL LÍBANO



## HOTEL RINCÓN COLONIAL DE OCAÑA



## HOTEL PLAZA REAL DE OCAÑA



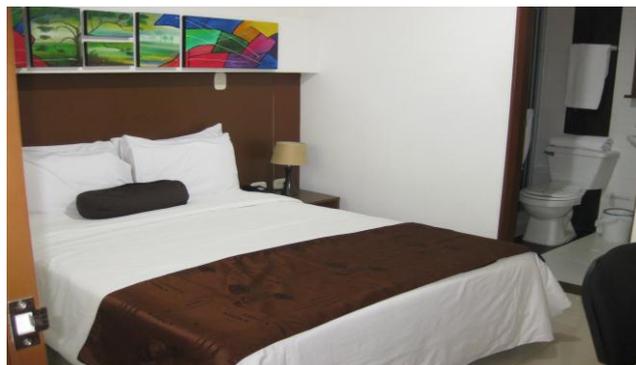
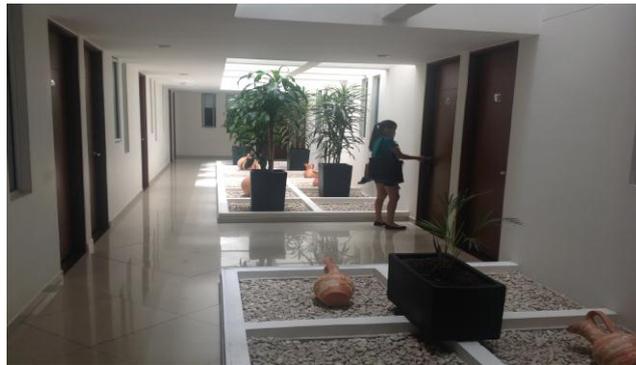
## HOTEL PUERTA DEL SOL



# HOTEL VICAMOR



# HOTEL TARIGUA



## HOTEL LA CASONA DE OCAÑA



# HOTEL EL CAMINO



## HOTEL HACARITAMA



# HOTEL SUEÑOS DE PRIMAVERA



**HOSPEDAJE TORCOROMA**



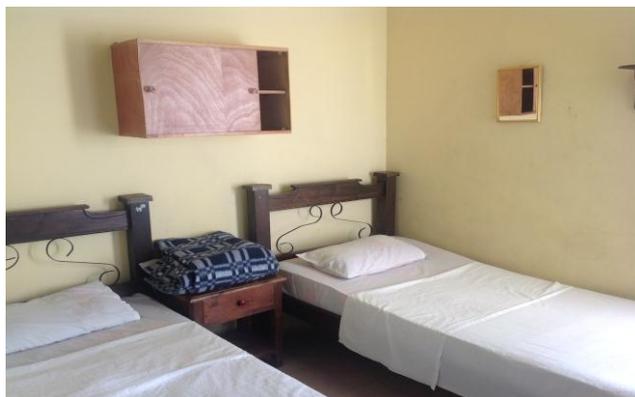
# HOTEL EL RECUERDO



# HOTEL LOMA LINDA



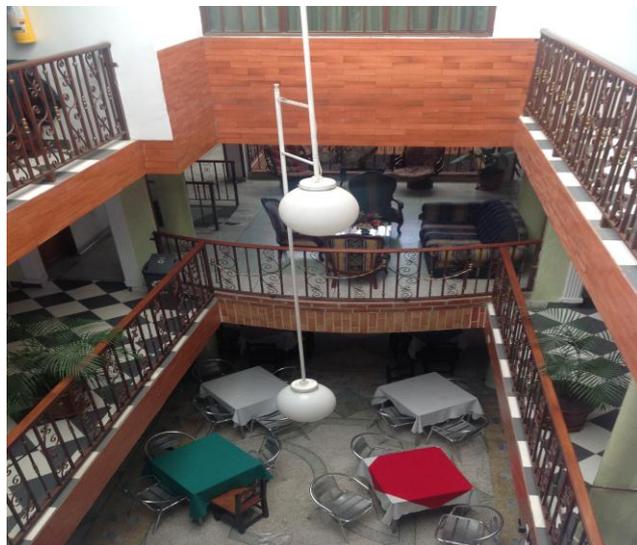
## HOTEL PLAZA MAYOR



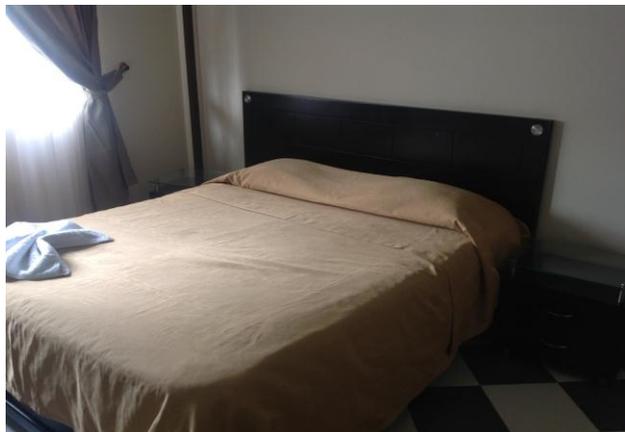
# HOTEL OCAÑA IMPERIAL



## HOTEL EL PRÍNCIPE Centro



## HOTEL EL PRÍNCIPE Sede Campestre



# HOTEL RANCHO ALEGRE



## HOTEL ALEMANA



# HOTEL ABIMELEC



## HOTEL CATATUMBO. Ábrego



## HOTEL SAN MIGUEL PLAZA. Ábrego



## HOTEL Y RESTAURANTE EL LAGUITO. Ábrego



**HOTEL ORQUIDEAS PLAZA. La Playa**



**HOTEL FINCA HOTEL CASA REAL. La Playa**



**POSADA MARMACRISLI. La Playa**

